

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN ESTRATÉGICO**

MARCOS FRANCISCO MARASCA

**DESIGN ESTRATÉGICO E A INOVAÇÃO DE
SIGNIFICADO DO JARDIM BOTÂNICO DE CAXIAS DO SUL**

Porto Alegre

2015

Marcos Francisco Marasca

DESIGN ESTRATÉGICO E A INOVAÇÃO DE
SIGNIFICADO DO JARDIM BOTÂNICO DE CAXIAS DO SUL

Trabalho de Conclusão de Curso de
Especialização apresentado como
requisito parcial para obtenção do título de
Especialista em Design Estratégico, pelo
Curso de Especialização em Design
Estratégico da Universidade do Vale do
Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof.(a) MS. Daniel Prujá

Porto Alegre

2015

*O que mata um Jardim
Não é mesmo alguma ausência
nem o abandono...*

*O que mata um jardim
É esse olhar vazio
de quem por ele passa indiferente.*

**Jardim Interior
(Mário Quintana)**

RESUMO

O Jardim Botânico de Caxias do Sul figura como um território com grande potencial de difusão da consciência ambiental para a cidade, a segunda maior do estado do Rio Grande do Sul.

O presente estudo desenvolve uma inovação de significado para o local através da metodologia do design estratégico, em que são realizadas pesquisas contextuais e não-contextuais, destacando-se uma entrevista com os cidadãos caxienses. O conteúdo das pesquisas e entrevistas dá origem à temas, categorias e signos, que tornam possível o entendimento de qual o significado de um Jardim Botânico para a população caxiense e originam cenários no metaprojeto. Com base em um dos cenários propõe-se uma *vision*, que apresenta um conceito que permite um direcionamento projetual para a valorização do Jardim Botânico de Caxias do Sul.

Palavras-chave: Design Estratégico. *Design-Driven Innovation*. Jardim Botânico. Caxias do Sul.

ABSTRACT

The Botanical Garden of Caxias do Sul figure as a territory with great potential of dissemination of environmental awareness to the city, the second largest in the state of Rio Grande do Sul.

This study develops a meaning of innovation for the place through the strategic design methodology and conducted contextual and non-contextual researches, highlighting an interview with caxienses citizens. The content of the researches and interviews originates themes, categories and signs, that make possible the comprehension of the meaning of a botanical garden for caxiense population and originate the scenarius in the meta-project. Based on one of the scenarios was proposed a vision, presenting a concept that allows a project design direction for the appreciation of the Botanical Garden of Caxias do Sul.

Keywords: Strategic Design. *Design-Driven Innovation*. Botanical Garden. Caxias do Sul.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	10
1.1 JARDINS BOTÂNICOS	10
1.2 <i>DESIGN-DRIVEN INNOVATION</i>	15
1.3 SEMIÓTICA.....	20
1.3.1 Análise Semiótica	25
1.4 DESIGN ESTRATÉGICO	28
1.4.1 Design Estratégico aplicado ao território	33
2 METODOLOGIA.....	35
2.1 <i>BRIEF</i>	35
2.2 COLETA DE INFORMAÇÕES 1	36
2.2.1 Pesquisa Contextual.....	36
2.2.1.1 Estudo exploratório	36
2.2.1.2 Entrevistas Iniciais (aplicação-teste):.....	37
2.3 <i>COUNTER BRIEF</i>	37
2.4 COLETA DE INFORMAÇÕES 2	37
2.4.1 Pesquisa Contextual.....	38
2.4.1.1 Entrevistas com caxienses.....	38
2.4.2 Pesquisa <i>Blue Sky</i>	38
2.5 ANÁLISE DE INFORMAÇÕES	38
2.5.1 Análise de Conteúdo	39
2.6 CENÁRIOS.....	40
2.7 <i>VISION</i>	41
3. DESENVOLVIMENTO DO METAPROJETO	42
3.1. ESTUDO EXPLORATÓRIO	42
3.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO	51
3.3 CENÁRIOS.....	56
3.3.1 Cenário 1	57
3.3.2 Cenário 2	60
3.3.3 Cenário 3	63
3.3.4 Cenário 4	66

3.4 <i>VISION</i>	69
4 DISCUSSÃO DO METAPROJETO	71
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
REFERÊNCIAS	75
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DAS ENTREVISTAS COM CAXIENSES.	78
APÊNDICE B – QUADRO MATRICIAL DA ANÁLISE DE CONTEÚDO	80

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - As três estratégias de inovação.....	16
Figura 2 - Intérpretes em um Laboratório de Investigação Coletiva	18
Figura 3 - Inovação e Necessidades das Pessoas	19
Figura 4 - Divisões triádicas dos signos.....	24
Figura 5 - A espiral da inovação dirigida pelo design	31
Figura 6 - Metodologia Projetual	35
Figura 7 - Análise de Conteúdo.....	39
Figura 8 - Geração de Cenários.....	40
Figura 9 - Geração de Cenários.....	41
Figura 10 - Mapa do Jardim Botânico de Caxias do Sul.....	42
Figura 11 - Portão de Entrada do JBCS	43
Figura 12 - <i>Decks</i> de Contemplação.....	44
Figura 13 - Carros estacionados no Gramado.....	45
Figura 14 - Cactário, Escola Botânica e Moradia Local.....	45
Figura 15 - Portão de acesso ao interior do Jardim	46
Figura 16 - Jardim de Linnaeus.....	47
Figura 17 - Árvore Símbolo do Jardim Botânico de Caxias do Sul.....	48
Figura 18 - Ponte do Banhado Natural	49
Figura 19 - Área com pinheiros e Mata Aberta	50
Figura 20 - Mesas com tabuleiros e Grades de Proteção	50
Figura 21 - Infográfico Jardim Botânicos	52
Figura 22 - Infográfico Extração Signos - Animais.....	53
Figura 23 - Infográfico Extração Signos – Cores	54
Figura 24 - Infográfico Extração Signos – Territórios.....	55
Figura 25 - Categorias e Signos 1.....	57
Figura 26 - <i>Blue Sky</i> 1.....	58
Figura 27 - Cenário 1	59
Figura 28 - Categorias e Signos 2.....	60
Figura 29 - <i>Blue Sky</i> 2.....	61
Figura 30 - Cenário 2	62
Figura 31 - Categorias e Signos 3.....	63
Figura 32 - <i>Blue Sky</i> 3.....	64
Figura 33 - Cenário 3	65
Figura 34 - Categorias e Signos 4.....	66
Figura 35 - <i>Blue Sky</i> 4.....	67
Figura 36 - Cenário 4	68
Figura 37 - <i>Vision</i>	69

INTRODUÇÃO

A motivação para este trabalho surge a partir da identificação de características do cenário atual e inicia sob o ponto de vista da sociedade do século XXI; século este que herdou os maiores avanços tecnológicos da história da humanidade.

O avanço tecnológico encurtou distâncias, potencializou a comunicação, atualmente instantânea, e permitiu que as pessoas obtivessem facilmente acesso à informação; ao mesmo tempo todo esse avanço distanciou as pessoas de situações básicas e muito significativas da vida humana, como sua relação próxima com a natureza. A vida atual, então, se limita à uma plataforma digital, onde o contato físico diminuiu, o tempo nunca é suficiente e o ser humano capitalista quer cada vez mais.

Muitas pessoas, impressionadas pelo ritmo acelerado atual espantam-se e tendem a buscar uma retomada. “Quando o mundo se torna grande demais para ser controlado, os atores sociais passam a ter como objetivo fazê-lo retornar ao tamanho compatível com o que podem conceber. Quando as redes dissolvem o tempo e o espaço, as pessoas se agarram a espaços físicos, recorrendo à sua memória histórica” (CASTELLS, 2000, p.85). Essa retomada, citada anteriormente, está fundamentada quase sempre em situações mais primordiais da natureza humana, além da busca pela felicidade não-artificial.

É nesse contexto que emerge o território utilizado como objeto deste estudo: o Jardim Botânico de Caxias do Sul (JBCS), instalado na cidade de Caxias do Sul – RS, e que se destaca pelo seu potencial de difundir a educação e a conscientização ambiental.

O Jardim Botânico de Caxias do Sul é um pulmão verde dentro da cidade, um local de preservação ambiental situado no entorno da bacia hidrográfica Dal Bó. O espaço é visitado semanalmente por estudantes, além de uma pequena parte da população em geral, que visita o local principalmente nos finais de semana pois desconhecem a existência do Jardim. Nota-se a necessidade de tornar o local como referência, na cidade, pela sua capacidade em transmitir conhecimento e conscientização na área botânica; portanto, o presente trabalho tem como objetivo geral, a partir da utilização das ferramentas do Design Estratégico, propor uma inovação de significado para o Jardim Botânico de Caxias do Sul.

Em relação aos objetivos específicos, pode-se destacar que serão realizadas as etapas abaixo:

- Mapeamento e exploração do território do Jardim Botânico de Caxias do Sul.
- Análise e compreensão do contexto em que está inserido o objeto de estudo deste trabalho.
- Desenvolvimento e aplicação de pesquisa qualitativa aos cidadãos caxienses, para entender qual o significado de um Jardim Botânico para eles.
- Análise de Conteúdo para organização de temas e categorias.
- Extração de signos provenientes das associações realizadas nas entrevistas.
- Aplicação do metaprojeto e suas ferramentas para propor uma inovação de significado ao Jardim Botânico de Caxias do Sul.

Para possibilitar a inovação de significados serão utilizadas, no projeto, algumas ferramentas da disciplina do Design Estratégico. O presente trabalho está organizado em quatro capítulos, que se dividem nos seguintes aspectos: fundamentação teórica, metodologia, desenvolvimento do metaprojeto e considerações finais.

No primeiro capítulo, fundamentação teórica, são abordados assuntos que municiam o leitor de informações relevantes para compreensão dos demais capítulos. Nele são tratadas as temáticas sobre jardins botânicos, *design-driven innovation*, semiótica e design estratégico.

O capítulo seguinte descreve o método aplicado para execução do trabalho, iniciando pelo *brief*, coleta de informações, *counter-brief*, a segunda fase da coleta de informações, análise de informações e a geração de cenários e *vision*.

No capítulo terceiro está o desenvolvimento projetual; nesta fase foram utilizadas as ferramentas que tornam possível o metaprojeto, sendo elas: pesquisa contextual, pesquisa *blue sky*, cenários e *vision*, sendo esta última apresentada como o direcionamento ideal para um projeto que solucione a problemática apresentada.

No quarto capítulo é realizada uma discussão dos resultados do metaprojeto e a contribuição de cada fase do desenvolvimento para se chegar ao objetivo do trabalho, e no último capítulo realiza-se as considerações finais.

1 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Os temas que serão abordados nesta revisão bibliográfica fundamentam o desenvolvimento deste trabalho. Os assuntos são pertinentes ao objeto do estudo e se dividem em: Jardim Botânicos, onde são apresentados a definição oficial de um Jardim Botânico no Brasil e os principais Jardins Botânicos do país e do estado do Rio Grande do Sul; *Design-Driven Innovation*, que trata da inovação guiada pelo design e onde se destaca a inovação de significado; ampliando mais o tema significados, será abordada a Semiótica através de uma de suas mais conhecidas teorias, a de Charles Peirce; e por fim o Design Estratégico, que é utilizado como metodologia para o trabalho em questão.

1.1 JARDINS BOTÂNICOS

Nesta subseção serão abordadas questões referentes à definição de Jardim Botânico no Brasil, além da apresentação, contendo um breve histórico, dos mais importantes jardins botânicos do Brasil e também do estado do Rio Grande do Sul. Esta visão será necessária para compreender as características e atrativos encontrados nos jardins botânicos do país.

A existência de jardins botânicos é mais antiga do que muitas pessoas imaginam; há indícios que confirmam que eles existiram no Egito Antigo, entre 3.150 e 30 anos a.C. Ao que tudo indica, esses espaços eram utilizados como local para convívio e também para estudo e cultivo de plantas.

O primeiro jardim botânico ocidental, que teve como objetivo manter coleções de plantas para estudos preliminares e ensino, foi o criado próximo à Atenas, na Grécia, pelo pai da Botânica, Teofrasto, cerca de 370-285 a.C. (Bye 1994).

Outros jardins botânicos, mais recentes sob o ponto de vista histórico, surgiram na Europa, no século XVI. Em 1543, Luca Ghini fundou o primeiro jardim botânico moderno, o Real Orto Botanico della Real Università di Pisa, Itália, que fazia o uso de estufas de vidro para cultivar plantas exóticas, além de um herbário para estudo taxonômico (Bye 1994). Em 1593, foi criado o Jardim de Montpellier (França) e de Heidelberg (Alemanha); 1621, o de Oxford (Inglaterra); 1635, o de Paris (França); 1646, o de Berlim (Alemanha); 1655, o de Upsala (Suécia), entre

outros (Bye 1994). Todos estes jardins botânicos utilizavam uma espécie de ordenação por família, gênero e forma de cultivo das plantas.

No Brasil, o primeiro jardim botânico foi fundado em 1798, na cidade de Belém, recebendo o nome de Horto Botânico do Pará (Hoehne et al., 1941) e tinha como objetivo o cultivo de especiarias orientais no Brasil.

Na sequência foram criados o Jardim Botânico do Rio de Janeiro (JBRJ), em 1808, criado por Dom João VI, o Jardim Botânico de Olinda, em Pernambuco, em 1811, o Jardim Botânico de Ouro Preto, em Minas Gerais, e o Jardim Botânico de São Paulo, em São Paulo, em 1825 (Segawa, 1996). Apenas dois desses jardins mantêm-se em atividade hoje em dia: o Jardim Botânico do Rio de Janeiro e o de São Paulo.

Atualmente, no Brasil, o Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) é o órgão consultivo e deliberativo do Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA) e foi instituído pela Lei 6.938/81, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, regulamentada pelo Decreto 99.274/90.

Segundo a resolução Nº 339 do CONAMA, de 25/09/2003:

Entende-se como Jardim Botânico a área protegida, constituída no seu todo ou em parte, por coleções de plantas vivas cientificamente reconhecidas, organizadas, documentadas e identificadas, com a finalidade de estudo, pesquisa e documentação do patrimônio florístico do país, acessível ao público, no todo ou em parte, servindo à educação, à cultura, ao lazer e à conservação do meio ambiente. (CONAMA, 2003, Art 1º).

De acordo com Heywood (1987), os jardins botânicos ao longo dos séculos têm sido um importante instrumento no desenvolvimento cultural e científico do homem. Vários jardins e arboretos foram criados com funções bem definidas, como: aclimação e introdução de plantas de interesse econômico, estudo de plantas medicinais, estudo e conservação da flora local, e assim por diante.

O Jardim Botânico do Rio de Janeiro foi criado para ser um jardim de aclimação, destinado ao cultivo das especiarias vindas das Índias Orientais, recebendo o nome de Real Horto. Durante o reinado de D. João VI, este jardim era privado, e posteriormente D. Pedro I o abriu ao público. Com o passar dos anos se transformou em jardim botânico, deixando de ser um local de aclimação empírica para realizar trabalhos de experimentação, estudo e organização científica.

O JBRJ é um dos mais importantes Jardins Botânicos do mundo e referência para os demais do Brasil, além disso ele é considerado uma das “7 Maravilhas do Estado do Rio de Janeiro” e recebe cerca de 600 mil visitantes ao ano. Com 137 hectares, sua função vai muito além do turismo: de acordo com o INSTITUTO DE PESQUISAS JARDIM BOTÂNICO DO RIO DE JANEIRO (2008, p.25) “além de suas funções de contemplação e lazer, possui também, como os demais jardins botânicos no mundo, uma série de atribuições que muitas vezes são desconhecidas do público em geral”, como por exemplo, atuação na conservação da biodiversidade e na conscientização das pessoas sobre a utilidade e o valor dos recursos vegetais para a vida em nosso planeta.

Os principais atrativos do Jardim do Rio são os jardins temáticos Roseiral, Medicinal, Sensorial, Japonês, Bíblico e Beija-Flores, as estufas das Insetívoras, o Orquidário, o Bromeliário e o Cactário. Os visitantes encontram também espalhados pelo parque esculturas, lagos, cascatas, chafarizes, fontes, bustos, recantos naturais, como o Caminho da Mata Atlântica, além de um rico patrimônio arquitetônico.

Já o Jardim Botânico de São Paulo tem uma história com diversas tentativas de implantação e mudanças de local. O primeiro jardim botânico do estado de São Paulo foi implantado na capital, no bairro da Luz onde atualmente se localiza o Parque da Luz. Expedido por D. João VI, sua construção foi iniciada em 1799 e finalizada em 1825 (Teixeira, 1988). Este jardim botânico tinha os mesmos objetivos dos demais jardins estabelecidos na época, que era a aclimação de plantas com potencial econômico e especiarias.

Devido a má administração, Hoehne et al. (1941), descreve que, durante uma visita realizada pelo administrador da Província de São Paulo, o mesmo encontrou o jardim botânico transformado em pasto para gado e cavalos, além de constatar diversos funcionários sem ocupação, custeados pelos cofres públicos.

No ano de 1838 passou a ser chamado de Jardim da Luz, deixando para trás os objetivos de se manter um jardim botânico, e transformando-se em passeio público, o que tornou frustrada a primeira tentativa de criação de um jardim na cidade de São Paulo.

Na segunda tentativa, o local escolhido para implantação foi a Cantareira, no ano de 1898, tendo recebido o nome de Horto Botânico da Cantareira. Graças a sua excelente organização, e aos estudos sobre a vegetação que esta instituição

realizava, conquistou renome internacional. Essa tentativa também foi desviada de seus objetivos e a instituição foi transformada em horto florestal pela imposição dos interesses econômicos, acima dos científicos. (Hoehne et al., 1941).

A terceira tentativa aconteceu em uma vasta região ocupada por sitiantes e chacareiros com grandes extensões de mata nativa. Essa mata abrigava as nascentes do histórico Riacho do Ipiranga, onde a cerca de dois ou três quilômetros próximos D. Pedro I proclamou a Independência do Brasil (Hoehne et al., 1941). Somente em 1938 o Jardim Botânico de São Paulo foi oficializado, juntamente com a criação do Departamento de Botânica.

Atualmente, o Jardim Botânico de São Paulo, possui uma área de 360 hectares de mata atlântica e abriga 380 espécies de árvores, utilizadas para fins de pesquisa e conservação. Além da vegetação, é possível observar alguns animais da fauna brasileira que vivem livremente no jardim.

Os principais atrativos do Jardim Botânico de São Paulo são o Museu Botânico; as duas estufas, uma que abriga plantas tropicais e outra destinada à exposições temporárias; o Jardim de Lineu, inspirado no Jardim Botânico de Upsala, Suécia, onde trabalhou Carl Linnaeus, considerado o “pai da taxonomia”; o Jardim dos Sentidos que, criado em 2003, é um espaço que possui coleção de plantas aromáticas, onde o visitante pode tocar as plantas e sentir seus aromas e texturas; o orquidário; e diversos lagos e bosques. O Jardim ainda oferece visitas guiadas e educativas, que visam difundir o conhecimento botânico para estudantes das escolas públicas e privadas.

Outro Jardim Botânico de grande representatividade no Brasil é o da cidade de Curitiba, no Paraná. Inaugurado em 1991, possui como destaque uma estufa de três abóbadas. A estufa de ferro e vidro, inspirada no Palácio de Cristal de Londres, abriga em seu interior, exemplares vegetais característicos das regiões tropicais. Emoldura a estufa um imenso jardim em estilo francês com seus canteiros geométricos. Em sua área protegida, de 178 hectares, há coleções de plantas vivas, cientificamente reconhecidas, organizadas e identificadas, com a finalidade de estudo, pesquisa e documentação do patrimônio florístico do País, em especial da flora paranaense.

No estado do Rio Grande do Sul o Jardim Botânico com maior destaque é o da capital Porto Alegre, que pertence à Fundação Zoobotânica do Estado. A vontade de organizar um Jardim Botânico na cidade era muito antiga, e foi D. João VI, o

mesmo fundador do Jardim Botânico do Rio de Janeiro, que enviou as primeiras mudas de plantas para Porto Alegre.

Diversas tentativas foram falhas, até que no ano de 1953 uma área da cidade, de 390 hectares, foi destinada para a alocação do Jardim Botânico. A abertura ao público ocorreu cinco anos após e desde então o local trabalha na conservação de espécies, em sua maioria nativas do Estado.

Neste Jardim é possível percorrer as várias trilhas do arboreto (coleção de árvores), fazer piqueniques, apreciar os cenários dos lagos e canteiros de flores. Além do lazer, pode-se aprender sobre a flora nativa do RS, participar de atividades educativas e adquirir mudas de árvores gaúchas no viveiro.

Assim como os demais Jardins Botânicos citados anteriormente, o Jardim Botânico de Porto Alegre é integrante da Rede Brasileira de Jardins Botânicos (RBJB), e também segue as estratégias globais de conservação do *Botanical Gardens Conservation International (BGCI)*.

De acordo com a FUNDAÇÃO ZOOBOTÂNICA DO RIO GRANDE DO SUL (2009), a maneira de conservação de espécies pode ser *“in situ”*, ou seja, em seu local original, e a conservação *“ex situ”*, fora do local original, que se caracteriza por ser o método mais utilizado atualmente. Embora o Jardim Botânico de Porto Alegre não administre áreas *“in situ”*, realiza pesquisas e explorações em todo o estado, o que permite maior conhecimento do ecossistema gaúcho.

Ainda no Rio Grande do Sul, existe o Jardim Botânico da cidade de Caxias do Sul (JBCS), que foi criado em 1992 e nomeado originalmente como Jardim Botânico Armando Alexandre Biazus. Localiza-se em uma área de cerca de 70 hectares na Bacia Hidrográfica do Arroio Dal Bó, junto à represa São Paulo.

Os visitantes do JBCS encontram algumas trilhas e decks para contemplação junto ao lago e podem circular em uma via de acesso pavimentada até o Jardim de Linnaeus, um local com alocação de espécies que historicamente foram catalogadas por Carl Linnaeus.

Muitas atividades do Jardim são direcionadas aos estudantes das escolas públicas e privadas de Caxias do Sul, com destaque para as visitas guiadas na mata e a visitação no Cactário e no Museu Botânico. O incentivo os alunos, através das trilhas e explicações, mostram a importância das plantas para a manutenção da vida.

Em 2005, o JBCS foi agraciado com o prêmio internacional “*Investing in Nature*”, através do Projeto “Salvando os Cactos”. Esta premiação garantiu uma verba orçamentária para a criação do Cactário, onde atualmente estão cerca de 26 espécies de cactos ameaçados de extinção no estado do Rio Grande do Sul.

A Secretaria do Meio Ambiente de Caxias do Sul (SEMMA) mantém uma parceria com a Universidade de Caxias do Sul (UCS), instituição que mantém um herbário com uma ampla coleção botânica. O herbário presta serviços como tombamento e levantamento da flora regional; apoia as atividades dos cursos de Biologia, Agronomia e Farmácia; identifica plantas para a comunidade em geral; faz o tombamento de exemplares de referência para estudos de mestrado e doutorado; e empresta exemplares para mestrandos e doutorandos no país e no mundo.

Todos os jardins botânicos apresentados possuem atrativos semelhantes no que se refere à apresentação da botânica aos visitantes, que em sua maioria são expostos para apreciação contemplativa. Abordagens inovadoras, que costumam atrair mais a atenção dos visitantes, não são comuns de serem encontradas, o que certamente repercutiria positivamente e ampliaria o seu potencial em difundir conhecimento ambiental. As estratégias de inovação podem ser variadas, destacando-se a inovação guiada pelo design, ou ainda, *design-driven innovation*.

1.2 DESIGN-DRIVEN INNOVATION

Em um mundo globalizado onde a tecnologia facilita a produção de bens extremamente semelhantes, entre diversas marcas, a diferenciação nem sempre é uma tarefa fácil para ser realizada. O design deixa de ser uma fonte de diferenciação exclusiva de empresas mais maduras no mercado e passa a ser uma das formas que todas as companhias podem utilizar para se diferenciar.

Há muitas controvérsias a respeito do termo “design” e seu entendimento varia de pessoa para pessoa. Verganti (2009) comenta que, quando os executivos pensam sobre o design e os designers, eles geralmente têm duas perspectivas: a primeira, e tradicional, refere-se ao *styling*, ou seja, eles pedem aos designers que façam os produtos mais bonitos. A segunda, mais recente, é o design centrado no usuário, onde a capacidade do designer, de perceber e entender as necessidades dos consumidores, se faz presente e auxilia que ele atue criativamente.

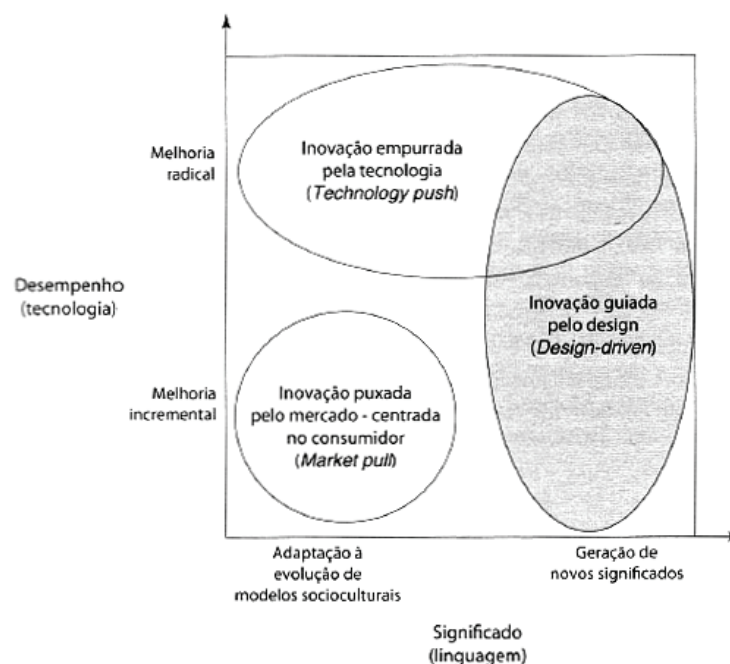
É muito comum que as empresas, ao buscarem uma inovação estratégica, atuem no nível da melhoria incremental em seus produtos e serviços, bem como no modelo em que o consumidor dita as regras de como deve ser realizada essa inovação. De acordo com Verganti (2009, p.45), “as empresas muitas vezes atualizam e adaptam a linguagem de seus produtos para atender as mudanças graduais no gosto do significado dominante no mercado”.

Seguir uma direção contrária à exposta acima, é trabalhar de forma mais radical, onde se busca uma melhoria tecnológica aliada à uma nova proposta de significado. Essa é a base do *Design-Driven Innovation*, ou ainda, da chamada Inovação Guiada pelo Design.

As estratégias de inovação, destacadas por Verganti (2009) estão descritas abaixo e esquematizadas na Figura 1:

- Inovação Puxada pelo Mercado (*market pull*): onde inicialmente são analisadas as necessidades do consumidor para posteriormente encontrar as tecnologias que vão satisfazê-lo ou permitir uma inovação incremental.

Figura 1 - As três estratégias de inovação



Fonte: Verganti (2009, p.55)

- Inovação Radical de Tecnologias (*technology push*): trabalha a nível científico e tecnológico, onde o resultado deste tipo de inovação são os grandes avanços e as melhorias incrementais que elas possibilitam.

- Inovação Guiada pelo Design (*design-driven*): este tipo de inovação é motivada e guiada pela visão da empresa em relação aos possíveis avanços de significados e linguagens que as pessoas poderiam desejar - embora não sejam elas que as determinem.

Empresas normalmente focam seus esforços em desenvolver produtos com base nas características, funções e desempenho, e muitas vezes esquecem que os consumidores não compram apenas produtos, mas significados.

A utilização de produtos pelos consumidores são feitas de uma maneira que ultrapassa a mera funcionalidade, alcançando níveis emocionais, psicológicos e socioculturais. Segundo Verganti (2009), cada produto e serviço consumido tem um significado; são esses significados que as pessoas dão às coisas que precisam ser identificados e explorados pelo designer na chamada inovação guiada pelo design.

Um dos *cases* mais utilizados, para exemplificar o *design-driven innovation*, é o da empresa italiana de luminárias Artemide, que em 1998 lançou um produto que poucas pessoas chamariam de lâmpada: a Metamorfosi.

Ao buscar uma inovação de significado, a Artemide obteve uma visão de que a utilização da cor e suas nuances, aplicadas ao ambiente, influenciavam o estado psicológico das pessoas e a maneira com que elas interagiam socialmente. A metamorfosi, então, abandonou o significado tradicional de uma mera lâmpada, passando a se tornar um sistema de emissão de luz, que faz com que as pessoas se sintam melhor e que socializem, também, melhor.

A inovação de Artemide não foi uma interpretação melhorada do que as pessoas já conheciam e esperavam de uma lâmpada, como por exemplo um objeto mais lindo. Ao invés disso, a empresa propôs um significado diferente e inesperado, o que na maioria das vezes, acaba sendo exatamente o que os consumidores estavam esperando, mas não sabiam.

O processo de inovação guiada pelo design é baseado em redes de interações, conforme comenta Verganti (2009), em que diversos agentes de inovação trabalham em conjunto com os executivos. O método utilizado é a imersão e contato próximo entre todos os participantes.

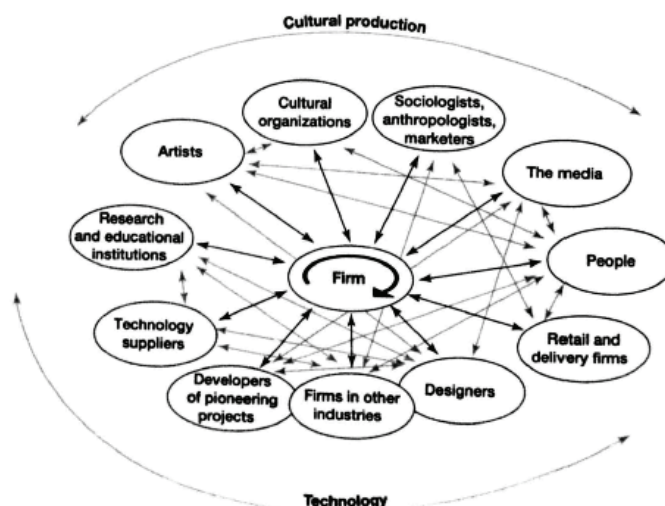
Em um cenário em que todos estão olhando para as mesmas pessoas, nos mesmos contextos de vida, o segredo do *design-driven innovation* está em fazer as perguntas corretas; é observar quais os significados que as pessoas estão procurando e como estão dando significado às coisas.

Os intérpretes, vistos na Figura 2, são considerados as pessoas-chave no processo de *design-driven innovation*, e caracterizam-se por profissionais de diferentes áreas de atuação. São eles que, sob o mesmo ponto de vista, vão observar como as pessoas dão significados às coisas. É esse olhar multidisciplinar que vai municiar a pesquisa com conteúdo projetável.

Os intérpretes agrupados pertencem ao mundo da produção cultural - ou seja, as pessoas que estão diretamente envolvidas na produção e investigação de significado social. Estes podem ser artistas, organizações culturais, sociólogos, antropólogos, comerciantes e meios de comunicação, que fazem a exploração da cultura e significado.

De acordo com Verganti (2009), as relações entre os intérpretes são o motor da inovação que os concorrentes raramente conseguem replicar. O cruzamento de mundos desconexos pode ajudar a desenvolver linguagens e novos significados.

Figura 2 - Intérpretes em um Laboratório de Investigação Coletiva



Fonte: Verganti (2009, p.12)

A geração de significados é a principal característica da inovação guiada pelo design, e está sempre aliada à dimensão utilitária do produto. Existe, então, uma

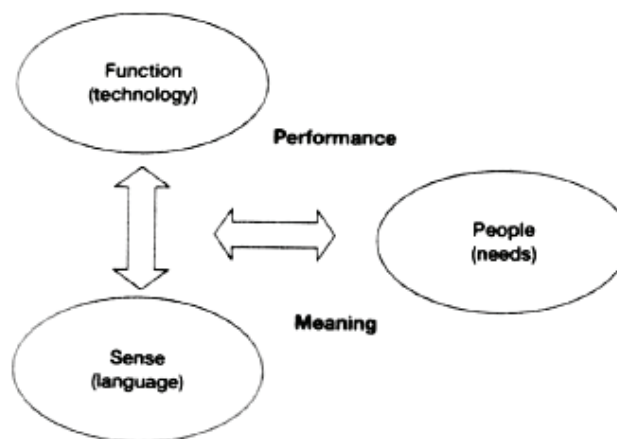
dupla natureza dos produtos: de um lado a função e o desempenho e de outro os símbolos, identidade e emoções - em outras palavras, significados. A dialética, portanto, não é entre forma e função, mas entre a função e significado.

Passamos nossas vidas inteiras à procura de significado. A busca por significados não acontece apenas em momentos íntimos da nossa vida, mas também na relação que temos com produtos, ambientes, entre outros.

Segundo Verganti (2009), o modelo para a investigação de design e inovação – mostrado na Figura 3 - demonstra que os produtos apelam para as pessoas e as suas necessidades ao longo de duas dimensões. O primeiro, familiar a qualquer gestão da inovação, é a função utilitária, fornecida pelo desempenho do produto e com base no desenvolvimento tecnológico.

A segunda dimensão refere-se ao sentido e significado. É o "porquê" de um produto - as profundas razões psicológicas e culturais que as pessoas usam aquele determinado produto. Esta dimensão pode implicar na motivação individual e social. A motivação individual está ligada ao significado psicológico e emocional, enquanto a motivação social está ligada ao significado simbólico e cultural: o que o produto diz sobre mim e para os outros.

Figura 3 - Inovação e Necessidades das Pessoas



Fonte: Verganti (2009, p.32)

O design inovador precisa satisfazer as necessidades dos consumidores, e acima de tudo, sugerir novos significados. Portanto, não são eles que devem

solicitar a inovação; os consumidores na maioria das vezes não sabem o que querem, até que seja mostrado a eles.

De acordo com Verganti (2009), por refletir as dimensões psicológicas e culturais do ser humano, os significados evoluem. A maneira que nós damos sentido às coisas depende fortemente de nossos valores, crenças, normas e tradições. Em outras palavras, elas refletem nosso modelo cultural. E isso, por sua vez, reflete o que ocorre em nossas vidas pessoais e em nossa sociedade.

Se a inovação de significados ocorrer dentro do regime sociocultural atual ela será incremental, ao contrário, se criar completamente um novo regime será uma inovação radical.

Na inovação de significados as empresas não devem se aproximar demais dos usuários, pois dessa forma o foco acaba se tornando as ações e costumes de determinadas pessoas, perdendo-se o contexto cognitivo e sociocultural. Ao olhar para o contexto sociocultural é possível enxergar um grande cenário e imaginar o que as pessoas poderiam amar e como elas poderiam receber novas propostas.

A importância do termo significado, no contexto do *Design-Driven Innovation*, mostra-se como essencial, pois é a mutação dele que torna possível uma inovação a um nível que ultrapassa a questão incremental, que faz mais sentido e conecta as pessoas de uma forma que não era feito até então. Na vida as pessoas costumam dar significado para as coisas ao seu redor, e é este significado que designers precisam identificar e utilizar em seus projetos de inovação.

A linguagem humana, seja ela de qualquer natureza, comunica e produz significados. Entender sobre a ciência que estuda todas as linguagens humanas, a semiótica, se faz necessário, pois é a partir dela que os processos de criação de significados acontecem.

1.3 SEMIÓTICA

A semiótica, apesar de parecer um campo do estudo muito complexo, se compreendida é capaz de colaborar na criação de projetos de design. Compreender a maneira com que os fenômenos surgem à mente, e como reagimos a eles, pode direcionar mais assertivamente elementos que compõem o desenvolvimento e a concepção de um trabalho inovador.

Todo ser humano é simbólico e para se comunicar faz uso de linguagens verbais e não-verbais. Não é só a escrita e a fala que são mecanismos de comunicação, mas também as manifestações de sentido e modos de expressão, como a dança, a música, a arquitetura, os objetos e também a arte.

Quando falamos em linguagem, falamos em um conjunto de formas sociais de comunicação e de significação; a linguagem é quem produz sentido ao mundo em que vivemos. Qualquer estímulo emitido pelos objetos do mundo, os sinais, são alterados para signos ou linguagens (produtos da consciência). A linguagem a que falamos não é apenas a que o ser humano utiliza para se comunicar, mas também a relação entre as máquinas, a linguagem da natureza, dos sinais de energia vital do nosso corpo e até mesmo a linguagem do silêncio.

A ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens existentes é a Semiótica, ou seja, é ela quem estuda todos os fenômenos como meio para a produção de significado e sentido.

O cientista-lógico-filósofo Charles Peirce, é um dos mais conhecidos na área da Semiótica. Desde criança, conviveu em um ambiente intelectual, pois seu pai, Benjamim Peirce, era na época um dos mais importantes matemáticos de Harvard e sua casa era muito frequentada por renomados artistas e cientistas.

Charles Peirce permeou em diversas áreas do conhecimento: ele era filósofo, físico, matemático, astrônomo, entre outras profissões, mas acima de tudo ele era um cientista. Uma das áreas a que mais se dedicou, por mais de 60 anos, foi a lógica. Era através da lógica que ele queria entender os métodos do raciocínio, o que o levou a desenvolver a teoria geral dos signos: a semiótica.

A base de toda a sua teoria está fundamentada na fenomenologia, que observa os fenômenos e, através da análise, postula as formas universais deles, ou seja, são criadas categorias universais de toda e qualquer experiência e pensamento.

Entende-se por fenômeno qualquer coisa que esteja de algum modo e em qualquer sentido presente à mente, isto é, qualquer coisa que apareça, seja ela externa (uma batida na porta, um raio de luz, um cheiro de jasmim), seja ela interna ou visceral (uma dor no estômago, uma lembrança ou reminiscência, expectativa ou desejo), que pertença a um sonho, ou uma ideia geral e abstrata da ciência, a fenomenologia seria, segundo Peirce, a descrição e análise das experiências que estão em aberto para todo homem, cada dia e hora, em cada canto e esquina de nosso cotidiano. (SANTAELLA, 1983, p. 32).

Como visto, fenômeno é tudo aquilo que surge à mente, correspondendo a algo real ou não. Peirce classificou a multiplicidade e diversidade dos fenômenos em uma gradação correspondente aos números 1, 2 e 3, e ela representa categorias de pensamento e da natureza. Essas categorias são as modalidades possíveis de apreensão de todo e qualquer fenômeno.

A primeira categoria corresponde ao acaso, originalidade responsável e livre; a segunda categoria corresponde à ação e reação dos fatos concretos, existentes e reais; enquanto a terceira categoria diz respeito à mediação ou processo, e até mesmo aquisição de novos hábitos. As três categorias referem-se aos modos como os fenômenos aparecem à consciência. Segundo Santaella (1983, p.42) a “consciência não é tomada como uma espécie de alma ou espírito etéreo, mas como lugar onde interagem formas de pensamento”.

A primeiridade, ou primeira categoria para análise dos fenômenos, diz respeito à maneira de como os fenômenos surgem na consciência. Ela ocorre de forma imediata pois é a pura qualidade de ser e de sentir; ela é a primeira impressão e não analisável.

O sentimento como qualidade é, portanto, aquilo que dá sabor, tom, matiz à nossa consciência imediata, mas é também paradoxalmente justo aquilo que se oculta ao nosso pensamento, porque para pensar precisamos nos deslocar no tempo, deslocamento que nos coloca fora do sentimento mesmo que tentamos capturar. A qualidade da consciência, na sua imediatividade, é tão tenra que não podemos nem sequer tocá-la sem estragá-la. (SANTAELLA, 1983, p. 43).

A consciência da primeiridade é de um exato momento, é um sentimento único que não pode ser fracionado nem compreendido, pois quando refletimos sobre o sentimento ele já passou. Santaella (1983, p. 45) sugere um questionamento para entendermos a primeiridade: “o que é o mundo para uma criança em idade tenra, antes que ela tenha estabelecido quaisquer distinções, ou se tornado consciente de sua própria existência?”. Podemos afirmar então que se referem à qualidade do sentimento, mesmo que imperceptíveis. Sentimento este que é um qualisigno do mundo, um estado de algo que ainda possui possibilidade de ser, mas logo em seguida já foi.

O mundo real e pensável se desenvolve na categoria que Peirce denominou como secundidade. Ela é a corporificação material da primeiridade, passando de um fenômeno em estado de qualidade para o existencial. De acordo com Santaella (1983, p.48) “qualquer sensação já é secundidade: ação de um sentimento sobre

nós e nossa reação específica, comoção do eu para com o estímulo.” São os estados de choque, surpresa, luta e conflito que caracterizam essa segunda categoria, ou seja, é o estado de estímulo e reação em nível de binariedade pura. No entanto, ao falarmos de processo e de mediação interpretativa entre nós e os fenômenos já é partir para a próxima categoria.

A terceira categoria, que torna possível todas as experiências, é a terceiridade. Ela se caracteriza pela junção do primeiro, do segundo e de uma síntese intelectual. O pensamento através da terceiridade utiliza signos para representar e interpretar o mundo.

Para exemplificar as três categorias utilizemos o exemplo de Santaella (1983, p.51): “o azul, simples e positivo azul, é um primeiro. O céu, como lugar e tempo, aqui e agora, onde se encarna o azul, é um segundo. A síntese intelectual, elaboração cognitiva – o azul no céu, ou azul do céu -, é um terceiro”.

Para compreender qualquer fenômeno nossa consciência produz um signo, ele é o pensamento entre nós e o objeto da percepção. O homem só conhece o mundo porque compreende e interpreta um pensamento em outro pensamento, em um movimento contínuo.

O signo é uma coisa que representa outra coisa: o seu objeto. Para ser um signo ele deve ter o poder de representar e substituir a outra coisa, muitas vezes de natureza diferente. Segundo Peirce (2003) um signo, ou *representâmen*, é aquilo que representa algo para alguém. Dirige-se à alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido.

Um signo intenta representar, em parte pelo menos, um objeto que é, portanto, num certo sentido, a causa ou determinante do signo, mesmo se o signo representar seu objeto falsamente. Mas dizer que ele representa seu objeto implica que ele afete uma mente, de tal modo que, de certa maneira, determine naquela mente algo que é mediatamente devido ao objeto. Essa determinação da qual a causa imediata ou determinante é o signo, e da qual a causa mediata é o objeto, pode ser chamada o Interpretante. (PEIRCE *apud* SANTAELLA, 1983, p. 58).

O interpretante, citado acima, não deve ser confundido com o intérprete, que é quem interpreta o fenômeno, mas ao processo relacional que se cria na mente do intérprete.

Peirce estabeleceu uma rede de classificações triádicas dos tipos possíveis de signo. Ele estabeleceu 10 tricotomias, que resultam em 64 classes de signos.

Estas combinações formam uma imensa possibilidade de leitura dos signos. No entanto, de todas essas divisões triádicas, há três delas, as mais gerais, que são as mais conhecidas, conforme demonstrado na Figura 4:

Figura 4 - Divisões triádicas dos signos

Signo 1º em si mesmo	Signo 2º com seu objeto	Signo 3º com seu interpretante
1º qualissigno	Ícone	Rema
2º sinsigno	Índice	Dicente
3º legissigno	Símbolo	Argumento

Fonte: Santaella (1983)

De acordo com Peirce (2003, p.52), o signo em si mesmo, pode ser denominado em qualissigno, sinsigno ou legissigno, estas caracterizam-se pela primeira tricotomia.

O primeiro deles, o qualissigno, é a pura qualidade que atua até o momento anterior que o signo se torne corpo, ou seja, antes que ele se torne um signo. O sinsigno é algo existente e real, e ainda, um conjunto de qualissignos. Para existir um sinsigno o signo precisa ocorrer no tempo e no espaço, numa corporificação singular, por exemplo, o sinal vermelho de um semáforo e o exato instante que nos faz parar imediatamente. Segundo Santaella (1983, p.66), o sinsigno é um existente concreto e real, singular, material, aqui e agora e é determinado como parte do universo a que pertence. Já o legissigno se refere à uma lei estabelecida, como por exemplo a linguagem verbal.

A segunda tricotomia de Peirce, refere-se ao signo com seu objeto, e se subdivide em ícone, índice e símbolo: o ícone, se refere a um signo que quando relacionado com um objeto não representa nada além de uma qualidade e de simples possibilidades, como por exemplo, uma pintura abstrata e seu caráter qualitativo como cores, textura e formas. Segundo Peirce (2003, p. 52), “qualquer coisa, seja uma qualidade, um existente individual ou uma lei, é ícone de qualquer coisa, na medida em que for semelhante a essa coisa e utilizado como um seu signo”.

Já todo o signo que indica outra coisa à qual possui uma ligação é denominado índice. É um signo que se refere ao objeto que denota virtude de ser realmente afetado por esse objeto. Conforme exemplifica Santaella (1983, p.66) “o

girassol é um índice, isto é, aponta para o lugar do sol no céu, porque se movimenta, gira na direção do sol. A posição do sol no céu, por seu turno, indica a hora do dia”, assim como qualquer produto criado pelo homem, que indica, de alguma forma, o modo como foi produzido.

O símbolo por sua vez, tem um poder de representação gerado a partir de uma lei convencionalizada, como por exemplo, as placas de trânsito ou a bandeira colorida que representa o movimento dos homossexuais. São signos que tem um caráter significativo.

E finalmente, a terceira tricotomia que é caracterizada pela relação do signo com seu interpretante, e pode ser classificado como rema, dicente ou argumento. A rema é uma mera possibilidade, ou ainda, uma hipótese criada, que o interpretante gera quando relacionado com o signo. O dicente é a constatação de uma relação física entre existentes, ou seja, é um signo de existência concreta. Por fim, o argumento, que de acordo com Peirce (2003, p.53), “é um Signo que, para seu Interpretante, é Signo de Lei”.

1.3.1 Análise Semiótica

Os signos manifestam-se a todo momento ao nosso redor, no entanto passam despercebidos pela maioria das pessoas. Lucia Santaella sugere um roteiro para leitura semiótica dos signos. De acordo com Santaella (2010, p.29), “o primeiro passo a ser dado é o fenomenológico: contemplar, então discriminar e, por fim, generalizar em correspondência com as categorias da primeiridade, secundidade e terceiridade”.

É importante ressaltar que a análise semiótica deve ser realizada com base no objetivo a que está se procurando chegar, ou seja, são necessárias perguntas norteadoras.

Nem todos os passos a seguir devem ser acionados em uma análise, pois é algo que precisa ser decidido de acordo com as questões norteadoras, tornando possível o livre uso dos conceitos.

Etapa 1: Abrir-se para o fenômeno e para o fundamento do signo:

Estar aberto para um fenômeno é observá-lo de maneira contemplativa, ou seja, perceber a qualidade que está diante dos nossos sentidos. Conforme exemplifica Santaella (2010, p.30) é “ver as cores da natureza como elas realmente são, sem substituí-las por nenhuma interpretação”. É normal que as pessoas percebam um fenômeno e, imediatamente, procurem interpretá-lo, o que demonstra contrariedade ao proposto na apreciação da primeiridade, que é permitir que a nossa sensibilidade e sensorialidade percebam a exposição dos qualisignos.

A partir disso, temos que ativar a nossa capacidade perceptiva sobre o fenômeno, ou ainda, saber diferenciar a parte do todo e perceber a singularidade do sinsigno com suas características existenciais, como por exemplo aspectos situacionais sobre o universo em que o signo se manifesta.

O terceiro olhar é caracterizado por observar um determinado fenômeno e perceber a partir dele aquilo que há de comum com outros signos de uma classe mais geral. Este olhar generalizado, de acordo com Santaella (2010, p.32) são próprios do aspecto de lei do fundamento do signo. Conforme, a autora exemplifica, ainda, “para se detectar as funções do legi-signos, deve-se dirigir a atenção para as regularidades, as leis, ou seja, para os aspectos mais abstratos do fenômeno”.

Neste primeiro passo da análise deve-se focar no signo em si, desconsiderando a relação do mesmo com o objeto e com o interpretante. Devemos perceber o signo nas propriedades de qualidade, existência e no aspecto da lei.

Etapa 2: Explorar o poder sugestivo, indicativo e representativo dos signos:

Neste passo da análise evoca-se a relação do signo com o objeto, ou seja, sua capacidade referencial (suas denotações, representações, aplicações, entre outros).

Existem duas distinções para o objeto: imediato e dinâmico. O objeto imediato, diz respeito à uma representação ou à aparência da realidade. Por exemplo, em uma fotografia de paisagem, a paisagem representada na imagem é o objeto imediato, enquanto a paisagem presente no momento em que a fotografia foi feita, e que julgamos ser a real, é o objeto dinâmico.

Visto isso, parte-se então para a análise da etapa 2. Novamente, devemos voltar o olhar para o aspecto qualitativo do signo – qualisigno. Segundo Santaella (2010, p.34), “a apreensão do objeto imediato do quali-signo exige do contemplador

uma disponibilidade para o poder de sugestão, evocação, associação que a aparência do signo exige”.

Ao segundo olhar, devemos considerar o aspecto existente do signo. No sinsigno, o objeto imediato é a materialidade do signo pertencente a um universo e aparece como parte do objeto imediato – que está fora dele.

Levando-se em conta o legisigno, como fundamento, é que se inicia o terceiro olhar para o signo. Neste caso, o objeto imediato aparece como parte do objeto dinâmico. Santaella (2010, p.35) comenta que “quanto mais tentamos nos aproximar do objeto dinâmico, mais mediações vão sendo exigidas”. É difícil pensar no objeto imediato sem associar ao objeto dinâmico, mas a separação proposta nessa análise nos faz perceber aspectos do signo que não seriam percebidos se não fizéssemos a distinção.

Os signos se reportam ao objeto dinâmico através do ícone, índice e símbolo. Para se analisar o aspecto icônico é preciso recorrer ao objeto imediato, sendo que os aspectos observados serão de caráter aberto, ambíguo e indeterminado, além é claro, do poder de sugestão do qualisigno. No índice, as referências são mais diretas e menos ambíguas. No aspecto indexical os objetos dinâmicos são utilizados, onde é possível observar a presença vestígios e indícios, caracterizados pelo sinsigno. Por fim, o aspecto simbólico com base nos legisignos, quando analisados, municiam o intérprete de uma grande quantidade de referências, que são caracterizadas pelos costumes e valores coletivos além de padrões estéticos, comportamentais, de expectativas sociais, conforme afirma Santaella (2010).

Etapa 3: Acompanhar os níveis interpretativos do signo:

É no estágio do interpretante que o signo completa sua ação como signo.

As interpretações são realizadas intuitivamente pelo ser humano, então, no momento da análise é preciso levar em consideração o fundamento e o objeto do signo, para fragmentar a complexidade da questão.

Assim como ocorre no objeto o interpretante também possui níveis, sendo eles o interpretante imediato e dinâmico. O interpretante imediato refere-se às possíveis interpretações e à produção de certos efeitos. Essas possibilidades ocorrem pelo motivo de que esse tipo de interpretante está na área interna do signo. Ainda, o interpretante imediato é abstrato e através dele é possível antecipar o interpretante dinâmico. Já o interpretante dinâmico, externo, depende das associações que o

intérprete vai realizar, assim como do seu repertório cultural. No caso do ícone as possibilidades são abertas devido ao seu grau de indefinição.

As interpretações do índice são fechadas, pois indicam seu objeto ou objetos. Neste caso, segundo Santaella (2010, p.38) o “signo e o objeto estão dinamicamente conectados”.

O nível simbólico é bastante distinto pois seu grau de interpretação é inexaurível. Os símbolos estão em constante modificação e evolução, assim como o mundo em que vivemos.

Em uma análise semiótica a etapa do interpretante dinâmico é a que pode nos demonstrar as diversas interpretações de um signo produzidas em um intérprete. Estes níveis de interpretação são categorizados em: emocional, quando o signo desperta qualidades de sentimento e emoção no intérprete; energética, onde o signo gera uma ação mental ou física; e a lógica, que objetiva a cognição. Baseamos no exemplo de Santaella:

Os intérpretes que não têm conhecimento musical ficam sob domínio do interpretante emocional ou do energético, quando dançam sob efeito da música ou fazem algum esforço para compreender seus pressupostos, não atingindo do interpretante lógico nada além da simples constatação de que se trata de algum tipo de música: popular, clássica, instrumental, cantada etc. (SANTAELLA, 2010, p. 41).

Visto os passos para se realizar uma análise semiótica cabe ressaltar que, quando realizamos, estamos sempre na posição de interpretante dinâmico e falível, o que aumenta a responsabilidade devido a objetividade que a semiótica deve ter. A semiótica é capaz de cumprir um determinado fim, no desenvolvimento de atitudes favoráveis em públicos-alvo e ainda agregar valor a um produto, serviço e/ou comunicação. Isto, é diretamente ligado ao processo do Design Estratégico, que utiliza as mais diversas ferramentas para obtenção de sistemas-produto serviço que sejam mais direcionados e assertivos em relação aos seus objetivos.

1.4 DESIGN ESTRATÉGICO

Design por si só é uma palavra que permite muitas interpretações; não há um termo que o traduza satisfatoriamente para o português, então é normalmente utilizado na sua língua original, o inglês. O termo *design*, para Flusser (2007),

significa não apenas intencionar, mas também esboçar com sucesso a simulação de algo sobre o qual se possui um conjunto de intenções.

O *design*, é popularmente associado aos conceitos de forma e função de objetos, mas tem um significado muito mais amplo que isso. Ele ganhou força na era industrial e foi evoluindo juntamente com a sociedade; não se deve mais associar o design apenas à indústria, à produção massificada. No contexto pós-moderno, o design confere um novo valor, que vai além do monetário, e segundo Deserti (2007), sai das esferas das soluções técnicas de processos industriais e se apropria de todo o processo de desenvolvimento das mercadorias contemporâneas.

Um projeto de design tem como premissa conter um processo de resolução de problemas, partindo de uma necessidade existente ou futura, e que nem sempre apresenta-se de uma forma entendível. A disciplina do Design Estratégico questiona justamente as necessidades latentes, atuais ou futuras, e utiliza diversas articulações, como ferramentas, que projetam possibilidades para garantir uma visão de projeto.

Design Estratégico é, como complexidade, uma palavra problema. Um sistema aberto que inclui diversos pontos de vista, modelos interpretativos articulados e várias perspectivas disciplinares. A palavra inclui mais abordagens (em termos de operatividade, instrumentos e modelos de construção de consciência) e manifesta a si mesma, em alguns aspectos teóricos e práticos, mesmo sob outros nomes: *design leadership, design thinking, design strategy, design direction, business design, design research, design management*, etc. Todas expressões revelam sobreposições, parciais ou totais, com a operatividade e os princípios do design estratégico. (ZURLO, 2010, p. 1).

O objeto do design estratégico, segundo Zurlo (2010), é o sistema produto-serviço, que vai muito mais além do simples produto, ele é a representação visível da estratégia e ultrapassa o campo de uma oferta pontual. O sistema produto integra além do produto em si, os serviços, as experiências e as estratégias de comunicação, gerando soluções coerentes alinhadas as necessidades do cliente e do contexto.

Para se tornar possível projetar através do design estratégico utiliza-se o chamado metaprojeto, um processo com diversos desdobramentos que permite ir muito mais além do que o *brief* normalmente permitiria.

O metaprojeto antecede o momento da criação em si, e caracteriza-se pelo briefing, realização de pesquisas, análise de informações, geração de cenários, construção de *visions*, etc. De acordo com Celaschi (2007), o metaprojeto é a dimensão que direciona o projetista com desenvoltura nos mecanismos para que obtenha valores que serão encarados como diretrizes no projeto. Já para Deserti (2007), o processo metaprojetual surge da capacidade de analisar e interpretar o nosso contexto e de gerar oportunidades, a partir da criatividade, para cenários e outros direcionadores de inovação.

Vale ressaltar que o *brief* faz parte do metaprojeto mas não se caracteriza como a única fonte de informação para o projeto. Muitas vezes o *brief* não se traduz em um pedido claro aos designers; segundo De Lucchi (1999) cabe aos designers reabrir e reinterpretá-lo para discutir novamente junto à empresa. Estes momentos iniciais são chamados de *counter-brief*, e podem redefinir o significado do processo, conforme comentam Cautela e Zurlo (2006).

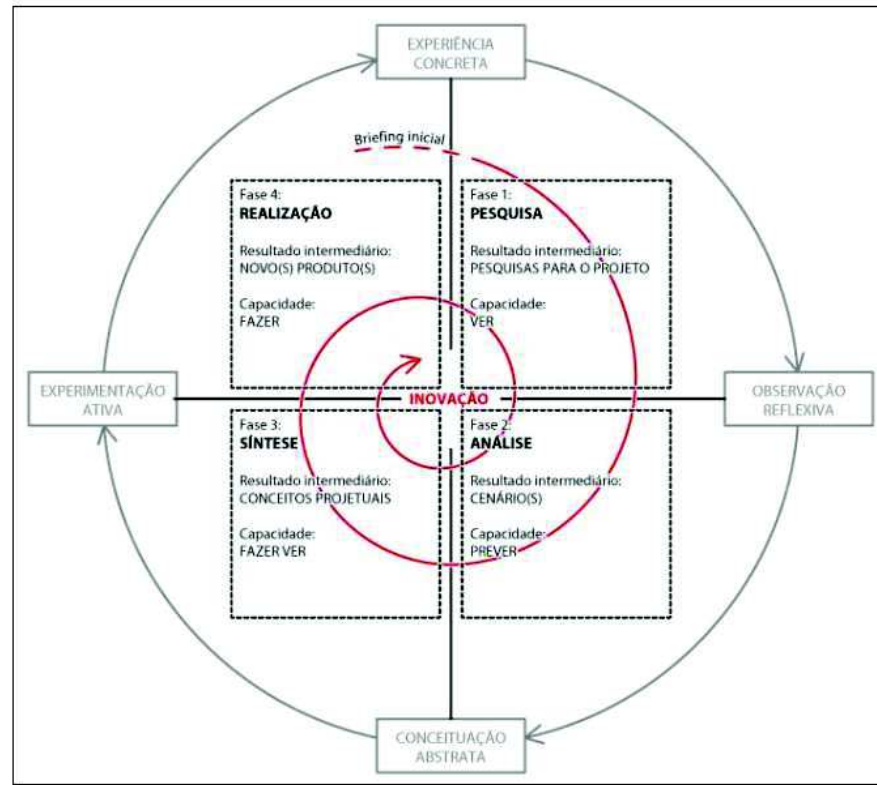
Moraes (2009) comenta sobre o caráter não linear do metaprojeto, que está em constante *feedback*, e cita o cenário como a fase que o caracteriza, auxiliando na geração de *concepts*, que são conceitos de inovação capazes de se tornarem projeto.

No design estratégico a formação de equipes é composta por profissionais oriundos de diversas áreas; segundo Meroni (2008), ele se apropria de diversas outras áreas do conhecimento para obter essas respostas inovadoras. Essa mescla confere diversos pontos de vista, que poderão enriquecer o projeto.

O designer deve ter claramente definido o seu papel no metaprojeto. De acordo com Zurlo (2010), as três capacidades que todo designer deve possuir, e que são associadas ao *design thinking*, são três: “ver”, “prever” e “fazer ver”.

As capacidades supracitadas por Zurlo podem ser relacionáveis com as etapas do ciclo de Franzato (2011), em que é demonstrado através de um esquema, conforme Figura 5, o design agindo como força centrípeta na direção da inovação, deformando o ciclo da aprendizagem experiencial na espiral da inovação dirigida pelo design.

Figura 5 - A espiral da inovação dirigida pelo design



Fonte: Franzato (2011, p.53).

Na fase de pesquisa destaca-se a capacidade de “ver”, ou seja, de observar reflexivamente a realidade, através de pesquisas contextuais e *blue sky*. A pesquisa contextual, ou o contexto do objeto de estudo, serve para a reflexão acerca do projeto, e indica quais ferramentas deverão ser utilizadas durante o processo. Acredita-se que essas características agreguem ao projeto um maior potencial de inovação. Enquanto isso, a pesquisa *blue sky* se apropria de tendências, informações relevantes e estímulos provenientes de outros setores.

No processo de análise está a capacidade de “prever”, de abstrair as observações e projetá-las em realidades futuras, para assim ter uma “antecipação crítica” destas mesmas realidades. Nesta fase, ainda, é possível destacar a criação de cenários, que vão conceder ao projeto uma visão.

Referente à síntese é necessária a capacidade de “fazer ver”, ou seja, de tornar virtualmente experimentáveis as previsões da fase de análise, através dos *concepts*. Na capacidade “Fazer ver”, está a fase de realização, ou seja, um nível experimental para a concretização efetiva do processo de inovação dirigida pelo design.

Nota-se que o design estratégico potencializa a compreensão de um contexto atual e, então, faz uso de conotações que mudam comportamentos e levam à inovação. As diversas conotações ocorrem devido à capacidade interdisciplinar que o design estratégico possui.

Nos projetos de design estratégico é importante que todos os profissionais envolvidos conheçam as principais ferramentas de que a disciplina faz uso, para que possam se apropriar e utilizá-las de acordo com a particularidade de cada projeto. Os instrumentos a serem utilizados são variados, mas abaixo está a conceituação dos principais que serão utilizados no presente trabalho:

Pesquisa Contextual – É um tipo de pesquisa que se caracteriza pela busca de elementos e informações diretamente relacionados ao problema do projeto.

Pesquisa *Blue Sky* – É uma pesquisa metaprojetual que busca referências e estímulos que transcendem o contexto do problema, como por exemplo de setores distintos.

Moodboards – São montagens de imagens utilizadas para fornecer estímulos para análise e desenvolvimento de ideias. Os quadros criados são puramente visuais e auxiliam na articulação do pensamento metaprojetual.

Cenários - Para que a inovação, no metaprojeto, seja possível propõe-se a utilização de cenários. De acordo com Manzini e Jegóu, (2004), através dos cenários podem-se abordar diversas possibilidades de contexto, onde a reflexão sobre a decisão se torna mais clara. Segundo Moraes (2010), a elaboração de cenário é a consolidação do metaprojeto. É uma forma proposta para se conhecer e refletir sobre a realidade atual ou futura e que dará ao designer condições de “traçar limites, analisar e, sobretudo realizar uma síntese compreensível de cada etapa projetual já por ele superada” (p.21). Já para Deserti (2007), os cenários potencializam a inovação dentro do metaprojeto. Seu caráter, estimula a criatividade, pois referem-se aos comportamentos das pessoas e de grupos sociais, para a construção de cenas antagônicas, que poderão direcionar o *concept design*.

Vision – São visões do que se aspira como resultado de projeto, nas quais conceitos e imagens ilustram o pensamento desenvolvido em cada um dos cenários escolhidos.

Concepts – É a ideia que se tem como ponto de referência, é ele que orienta o desenvolvimento do processo produtivo do projeto em uma direção concreta,

denotando um enfoque, um conceito e uma visão particular da problemática construída.

1.4.1 Design Estratégico aplicado ao território

O Design Estratégico objetiva processos de diferenciação e de valorização, na maioria das vezes relacionado a produtos; no entanto, a metodologia é aplicável a outros tipos de “produtos” de maior escala, como por exemplo os territórios. No território o design estratégico atua com o objetivo de agregar valor e com isso criar um novo posicionamento tanto social quanto em sua imagem como sustentabilidade econômica. (BORBA; REYES, 2007).

A definição de território pode ser dada da seguinte maneira:

“Uma porção de espaço codificada, onde os símbolos e suas ordens tendem a imantar o espaço, organizando o regime de forças que nele habitam ou que por ele passam não necessariamente controlados apenas por um poder soberano, mas também por valores de determinada sociedade”. (DUARTE, 2002, p. 65, *apud* REYES, 2007).

Cada território compete com outros territórios, jardins botânicos competem entre jardins botânicos, e com parques urbanos, e estes com demais pontos turísticos por exemplo; todos precisam garantir visibilidade e espaço no mundo dos consumidores, turistas, empresas e investimentos. Segundo Gouveia (2007), os lugares sempre funcionaram como marcas e seu posicionamento pode ter grandes impactos sobre a decisão das pessoas em visitá-los. Os territórios, então, devem ser entendidos como produtos para além da materialidade física, sendo, além de vistos, experienciados.

A imagem de um território é facilmente ativada na mente das pessoas, e segundo Tasci e Kozak (*apud* Kotler e Gertner, 2004), isso ocorre na simples pronúncia do nome do local, onde os signos atuam, remetendo à toda a atmosfera que ele comunica. Portanto, deve-se pensar estrategicamente os territórios dentro de um sistema-produto a ser consumido.

A busca por identidade e significação é necessária para poder competir adequadamente com outros territórios e garantir visibilidade e espaço junto aos consumidores. De acordo com Castells (2000), toda identidade é construída e os

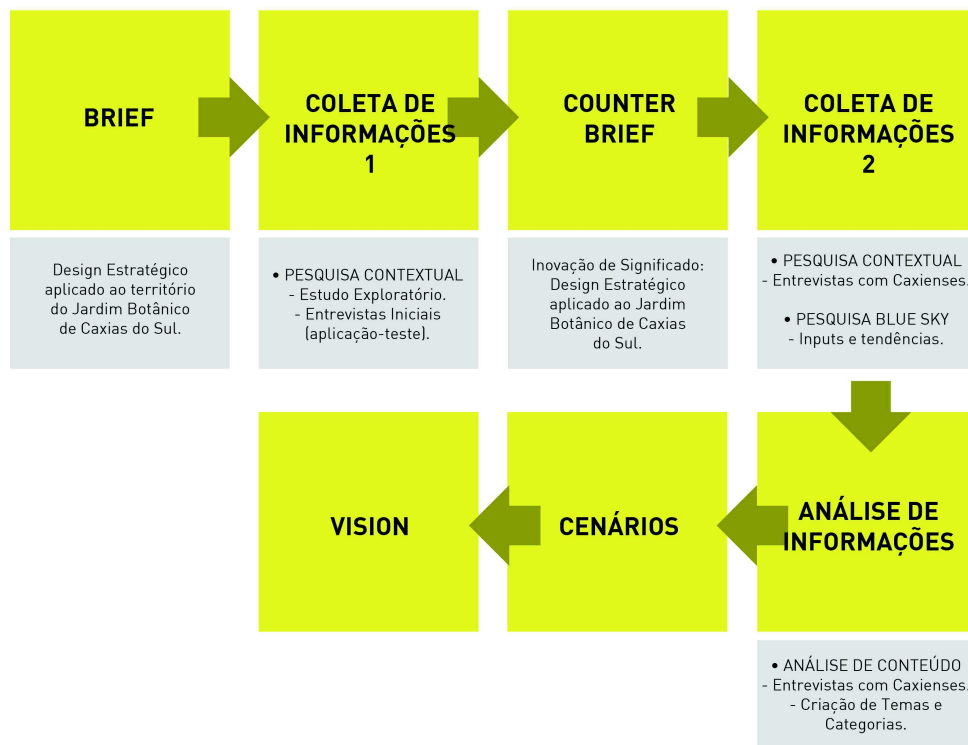
lugares necessitam desenvolver uma imagem que os diferencie dos demais. Segundo Tarouco (2011), existem diversos elementos que auxiliam na construção de uma identidade territorial, como por exemplo, a arquitetura, os monumentos, as indumentárias, a história, o mobiliário urbano, os fatos políticos, a religiosidade, os símbolos gráficos, os aspectos culturais e artísticos, além dos aspectos sociais e humanos, sendo estes dois últimos os responsáveis por darem vida e dinamismo às identidades.

Por fim, é necessário encarar os territórios, como por exemplo o do Jardim Botânico de Caxias do Sul, como locais passíveis da aplicação do sistema-produto serviço do Design Estratégico, e que, se pensados e projetados estrategicamente, receberão uma identidade própria que o diferencie dos demais.

2 METODOLOGIA

Para tornar possível o estudo do presente trabalho foi criado um procedimento metodológico, metodologia projetual, dividida em sete fases, conforme pode ser visto na Figura 6:

Figura 6 - Metodologia Projetual



Fonte: Elaborada pelo autor

2.1 BRIEF

O *brief* caracteriza-se pelo objetivo geral e inicial do projeto; é a explicação escrita onde estão apontados os objetivos e os pontos fundamentais do projeto de design. No *brief* estão compreendidas questões de design importantes a serem consideradas antes que o trabalho do designer inicie.

Design Estratégico aplicado ao território do Jardim Botânico de Caxias do Sul, foi o direcionamento inicial para a pesquisa; neste momento ainda não se tinha conhecimento aprofundado do território a ser trabalhado.

2.2 COLETA DE INFORMAÇÕES 1

Nesta primeira fase da coleta de informações está compreendida a primeira etapa da pesquisa contextual, mais especificamente um estudo exploratório e entrevistas iniciais.

2.2.1 Pesquisa Contextual

A pesquisa contextual tem como característica a busca por informações diretamente relacionadas ao objeto de estudo, neste caso o Jardim Botânico de Caxias do Sul.

Para se obter conhecimento contextual foram realizados um estudo exploratório e entrevistas iniciais.

2.2.1.1 Estudo exploratório

O estudo exploratório teve como objetivo observar o território do Jardim Botânico sob aspectos estruturais e antropológicos, ou seja, através da observação analisar como ocorre a interação humana no local.

Para a realização do estudo exploratório o local foi visitado em um final de semana, mais precisamente em um sábado. O mapeamento foi realizado através de uma caminhada por todo o território utilizando um aplicativo de celular conectado ao serviço de GPS. Posteriormente o traçado da caminhada foi sobreposto à uma imagem do Google Maps.

2.2.1.2 Entrevistas Iniciais (aplicação-teste):

As entrevistas iniciais tiveram como objetivo compreender o que as pessoas consideram importante em um Jardim Botânico. Desta forma, foram realizadas 10 entrevistas informais, qualitativas, com brasileiros, que moram no país ou no exterior, e com idade entre 21 e 33 anos. Os entrevistados falaram sobre suas atividades em tempo livre, sua relação e percepção a respeito de Parques Urbanos e Jardins Botânicos.

O conteúdo dessas entrevistas não constam no presente trabalho, por se tratarem de aplicação-teste, em que foram verificadas quais as possíveis temáticas que poderiam ser aplicadas nas entrevistas finais.

2.3 COUNTER BRIEF

É um novo *brief* elaborado depois da comparação entre objetivos e resultados esperados (confronto + trabalho de pesquisa). Nesta fase, o designer tem a oportunidade de sugerir visões mais amplas a partir de tendências ainda não exploradas.

Após os estudos iniciais no presente trabalho, foi definido que o *counter brief* seria uma Inovação de Significado para o Jardim Botânico de Caxias do Sul.

2.4 COLETA DE INFORMAÇÕES 2

Nesta segunda fase da coleta de informações estão compreendidas a segunda etapa da pesquisa contextual e a pesquisa *blue sky*.

2.4.1 Pesquisa Contextual

2.4.1.1 Entrevistas com caxienses

Para entender qual o significado de um Jardim Botânico para a população caxiense, foi aplicada uma pesquisa qualitativa a este público, conforme Questionário do APÊNDICE A.

A pesquisa foi aplicada, no período de 01 de junho de 2015 à 08 de junho de 2015, para caxienses que se encontravam em diversas partes da cidade, com idade entre 18 e 57 anos.

Os resultados da pesquisa contribuíram para o entendimento de como os caxienses enxergam um Jardim Botânico através de sua função, atividades, expectativas, motivações e como associam este território a outros objetos como, por exemplo, animais, cores e territórios.

2.4.2 Pesquisa *Blue Sky*

A pesquisa *Blue Sky* caracteriza-se coleta de informações que estimulem a criatividade (*inputs* e estímulos de âmbitos mercadológicos e contextos produtivos diferentes).

Para esta pesquisa, foram selecionadas imagens, sem qualquer tipo de filtro, que representassem tendências da evolução de bens, mercados, comportamentos, tecnologias, e em setores mais ou menos próximos ao do projeto.

2.5 ANÁLISE DE INFORMAÇÕES

Para analisar todo o conteúdo proveniente das entrevistas com os cidadãos caxienses, foi utilizado o método de Análise de Conteúdo.

2.5.1 Análise de Conteúdo

Proposta por Bardin (2011), esta metodologia é extremamente útil para pesquisas sociais, privilegiando os aspectos individuais nelas contidos, como por exemplo, a maneira com que cada pessoa percebe determinado fenômeno.

Bardin (2011) indica que a utilização da análise de conteúdo prevê três fases fundamentais, conforme o esquema apresentado na Figura 7: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados - a inferência e a interpretação.

Figura 7 - Análise de Conteúdo



Fonte: Adaptado de Bardin (2011).

A primeira fase, a pré-análise, pode ser identificada como uma fase de organização, em que as entrevistas serão transcritas. Os critérios de exaustividade, representatividade, homogeneidade, pertinência e exclusividade devem ser considerados, tudo isso para que não haja omissão de dados, para que eles sejam adaptáveis ao objetivo do trabalho e que sejam organizados por categorias semelhantes. Os temas que se repetem com muita frequência são recortados “do texto em unidades comparáveis de categorização para análise temática e de modalidades de codificação para o registro dos dados” (Bardin, 2011, p.100).

Na fase de exploração do material são adotados os procedimentos de codificação e categorização. Nela são registradas em um quadro matricial os temas e as categorias, utilizando como exemplos as verbalizações dos entrevistados.

A terceira fase do processo de análise do conteúdo é denominada Tratamento dos Resultados – a inferência e interpretação. Nela o pesquisador procura tornar as informações significativas e válidas. Esta interpretação deverá ir além do conteúdo

manifesto dos documentos, pois, interessa ao pesquisador o conteúdo latente e o sentido que se encontra por trás do imediatamente apreendido.

Como resultado da Análise de Conteúdo foram criados quatro infográficos, representando a criação dos temas e categorias referentes ao Jardim Botânico.

2.6 CENÁRIOS

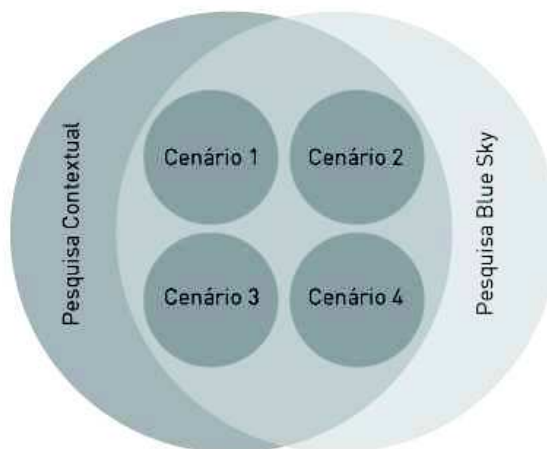
Para a geração dos cenários foram considerados os resultados da pesquisa contextual e da *blue sky*. Além das duas pesquisas, a extração de signos das entrevistas com os caxienses também foram utilizadas (signos de cores, animais e lugares), concedendo maior assertividade ao projeto, conforme pode ser visto no Figura 8:



Fonte: Criado pelo autor.

Então, como se pode ver mais detalhadamente na Figura 9, a fusão de informações contextuais e não-contextuais, pré-organizadas, gerou quatro cenários distintos.

Figura 9 - Geração de Cenários



Fonte: Criado pelo autor.

2.7 VISION

Após a avaliação de cada um dos cenários, uma motivação real e concreta definiu uma *vision*, em formato de moodboard, apresentando referências visuais do que se pretende abordar num possível e futuro trabalho de *concept*.

3. DESENVOLVIMENTO DO METAPROJETO

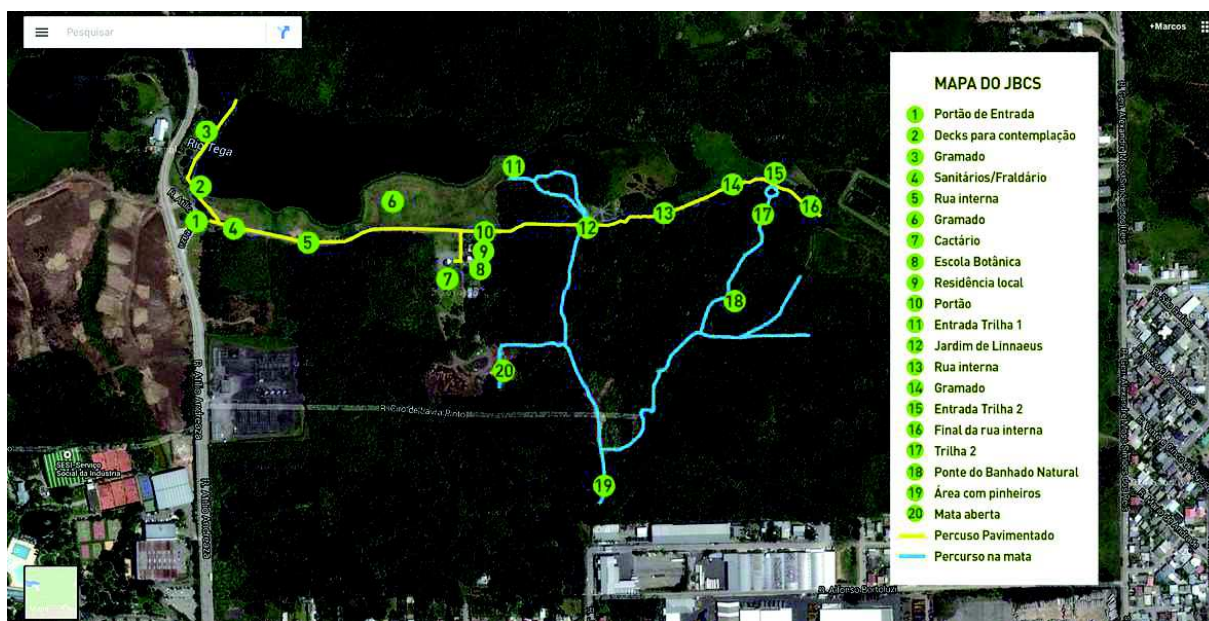
Neste capítulo do trabalho será apresentado o desenvolvimento metaprojetual, que compreende a fase da exploração do território, análise de conteúdo das entrevistas realizadas com a população caxiense, a geração de cenários e *vision*.

3.1. ESTUDO EXPLORATÓRIO

O Jardim Botânico de Caxias do Sul é um parque fechado, administrado pela Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SEMMA); seu funcionamento acontece em horários específicos, no entanto essa informação não é encontrada facilmente, pois além de não haver placas informativas no local também não existem funcionários para recepcionar as pessoas, exceto em visitas agendadas por escolas.

Pode-se observar na Figura 10 o resultado do mapeamento, que mostra as áreas mais significativas do Jardim, os percursos pavimentados e os percursos na mata.

Figura 10 - Mapa do Jardim Botânico de Caxias do Sul



Fonte: Elaborada pelo autor

Para a exploração do território do Jardim Botânico de Caxias do Sul o deslocamento, do centro da cidade até o local, foi realizado via automóvel - como alternativa a população pode utilizar o ônibus coletivo e táxi para chegar ao local, distante 5km do centro da cidade. Ao chegar em frente ao portão de entrada do Jardim é vista uma placa metálica de identificação com as iniciais JB-CS, vistas na Figura 11, e ali mesmo é possível visualizar o lago da represa São Paulo e um imenso gramado onde os visitantes, em sua maioria frequentadores nos finais de semana, se reúnem em pequenos grupos para rodadas de chimarrão e conversa com os amigos. A primeira impressão é de um local onde as belezas naturais impressionam, pois diferentemente de outros parques da cidade, o Jardim Botânico recepciona o visitante com um lindo Rio. Decks de contemplação, conforme mostrado na Figura 12, permitem que as pessoas aproveitem a sombra enquanto estão admirando a linda paisagem. Os decks estavam em excelente estado, pois haviam sido recuperados e restaurados há pouco tempo, no entanto, não há bancos ou nenhum tipo de mobiliário para que propiciem conforto ao visitante.

Figura 11 - Portão de Entrada do JB-CS



Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 12 - Decks de Contemplação



Fonte: Elaborada pelo autor

À primeira vista quem espera encontrar uma grande diversidade de plantas se decepciona, pois apenas a mata nativa pode ser vista em torno do rio e à beira da rua interna do Jardim. Como não há estacionamento no local, os carros são posicionados, em sua maioria, em paralelo à rua interna do parque, outros visitantes entram com os carros no gramado, como pode ser visto na Figura 13. Percebeu-se uma grande concentração de pessoas jovens, que escutam música com volume consideravelmente alto, o que para alguns pode prejudicar o passeio. Não há nenhuma restrição e nenhuma equipe que realize a vigilância do local, o que incentiva os visitantes a realizarem práticas de acordo com suas vontades, muitas vezes sem se preocupar com o bem estar de todos.

Figura 13 - Carros estacionados no Gramado



Fonte: Elaborada pelo autor

Cerca de 500 metros da entrada do Jardim situa-se o Cactário, que possui espécies nativas e ameaçadas de extinção. Ele foi inaugurado no ano de 2006 e construído graças à premiação *Investing in Nature*, recebida através do projeto Salvando os Cactos, realizado em 2005. Os visitantes em geral não possuem acesso ao Cactário, pois o mesmo é utilizado apenas nas visitas guiadas – especialmente direcionadas às escolas – o que restringe ainda mais os atrativos do local para a comunidade. Ao lado do Cactário encontram-se duas casas: a Escola Botânica, onde são realizadas apresentações nas visitas agendadas e a moradia de quem faz a segurança local. Os locais supracitados podem ser vistos, respectivamente, na Figura 14.

Figura 14 - Cactário, Escola Botânica e Moradia Local.



Fonte: Elaborada pelo autor

O Rio Tega, em sua área oposta à entrada do Jardim, é utilizado para pesca por algumas pessoas. Não há qualquer sinalização de proibição desta prática no parque, que parece ser mais frequente em dias de semana, onde a circulação de pessoas é relativamente menor do que em finais de semana. Os pescadores se acomodam também em áreas próximas à mata e a atividade parece ser muito prazerosa, tendo em vista a calmaria do local.

O espaço do Jardim Botânico inicialmente parece ser resumido nos locais descritos acima, pois ao final da estrada, e próximo ao Cactário, é encontrado um portão fechado, demonstrado na Figura 15, possivelmente utilizado para proibir o acesso de automóveis. Alguns visitantes ladeiam o portão, através do gramado para acessar o outro lado do portão, mas não há um caminho demarcado, então é gerada uma dúvida em relação à permissão do acesso.

Figura 15 - Portão de acesso ao interior do Jardim



Fonte: Elaborada pelo autor

Seguindo a estrada, a partir do portão, é possível visualizar algumas entradas

na mata; descobriu-se então que existem algumas trilhas no local, sendo que a maioria não possui placas de identificação, criando a suposição de que não devem ser utilizadas por visitantes à passeio, restringindo-se às visitas guiadas.

Mais à frente o visitante é surpreendido por uma área aberta, onde situa-se um jardim com formas simétricas, pergolados de concreto e algumas plantas e flores, vistos na Figura 16. Trata-se do Jardim de Linnaeus, um local inspirado no estilo renascentista. As plantas deste jardim são de espécies catalogadas por Carolus Linnaeus, um importante botânico do século XVIII. Poucas pessoas utilizam o local, poucas plantas e cores são vistas e a sensação é de que o pequeno jardim é um local abandonado.

Figura 16 - Jardim de Linnaeus



Fonte: Elaborada pelo autor

Dando sequência à exploração, e após caminhar por mais alguns metros com mata ladeando a rua, chega-se a uma área aberta em que pode-se observar um curso de água originado de uma pequena cascata. O local, que lembra uma pequena colina gramada, é escolhido pelos visitantes aparentemente mais

frequentes, que já conhecem o parque e preferem mais tranquilidade e privacidade para curtir o sol e o final da tarde.

É possível ainda encontrar uma placa indicativa da Trilha da Mata. Logo na entrada desta trilha é avistada a árvore símbolo do Jardim Botânico: a Araucária, uma conífera típica da região Sul do Brasil, conforme visto na Figura 17. A trilha não possui sinalização e o explorador precisa ficar atento aos sinais do chão, marcados pelas pisadas e que supostamente indicam o caminho correto para seguir. Durante o percurso foram raros os momentos em que duas ou mais pessoas caminhavam no local, o que demonstra a insegurança em entrar na mata mal sinalizada. Na trilha foi possível admirar apenas a mata nativa - nenhuma espécie de planta possui plaqueta de identificação. Ao meio da trilha encontra-se a Ponte do Banhado Natural, vista na Figura 18, uma estrutura de madeira que, na ocasião da exploração, estava quebrada, impossibilitando a passagem para o lado oposto. Na Trilha da Mata ao chegar em determinado estágio a passagem não é mais permitida, sendo necessário realizar o retorno pelo mesmo caminho da ida. Percebeu-se que além daquele ponto, que estava sinalizado com uma marcação de fita amarela e preta, era possível seguir, e assim foi feito.

Figura 17 - Árvore Símbolo do Jardim Botânico de Caxias do Sul



Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 18 - Ponte do Banhado Natural



Fonte: Elaborada pelo autor

Curiosamente, foi possível transitar através de uma estrada que não apresentava sinais de estar sendo utilizada com frequência, e então pode-se encontrar mais dois pontos de parada: um deles diz respeito a uma pequena área de plantação de pinheiros - *Pinus Elliotti*, uma espécie de pinheiro originário da América do Norte, e encontrado em áreas de reflorestamento no Brasil, especialmente em São Paulo e nas regiões Sul e Sudeste. Este local aparentemente não é frequentado por nenhum visitante, embora ele se destaque em meio à mata nativa. O segundo ponto de parada foi uma área de mata aberta, onde algumas árvores foram cortadas e foi possível visualizar troncos dispostos no chão e uma grande quantidade de galhos amontoados. Neste local avistou-se um grupo de jovens, que isolados estavam à sombra de uma grande árvore; eles estavam sentados em bancos improvisados, feitos com pedaços de madeira e troncos. Notou-se que esta área aparentemente não é frequentada por muitas pessoas, pelos motivos de que o acesso é dificultado e não há qualquer tipo de sinalização. Os jovens, ao que tudo indica, já haviam anteriormente explorado o local e encontraram naquele ponto um refúgio para curtir mais privacidade com os amigos. Ambos pontos mencionados anteriormente podem ser vistos, respectivamente, na figura 19.

Figura 19 - Área com pinheiros e Mata Aberta



Fonte: Elaborada pelo autor

Retornando próximo ao portão de entrada do Jardim Botânico, ainda restava uma área a ser explorada: uma região gramada próxima aos decks de contemplação. Neste ponto do jardim encontrou-se alguns bancos e mesas com tabuleiro de xadrez, conforme pode ser visto na Figura 20. No local é comum ver famílias com crianças brincando, pois é um dos locais mais planos do Jardim Botânico e com grades de proteção para o rio, apesar de uma das extremidades não seja tão segura em relação queda de água existente ali.

Figura 20 - Mesas com tabuleiros e Grades de Proteção



Fonte: Elaborada pelo autor

A pesquisa exploratória possibilitou o mapeamento do Jardim Botânico de Caxias do Sul e a observação do comportamento das pessoas em um local que se caracteriza pela ausência de identificação e delimitação de área, o que possibilita que cada um interprete e explore à sua maneira. Pode-se observar também que o conhecimento botânico se restringe aos alunos de instituições públicas e privadas em visitas guiadas, sendo que a condição elementar de um Jardim Botânico que é apresentar o conhecimento científico da Botânica ao cidadão não é atingida.

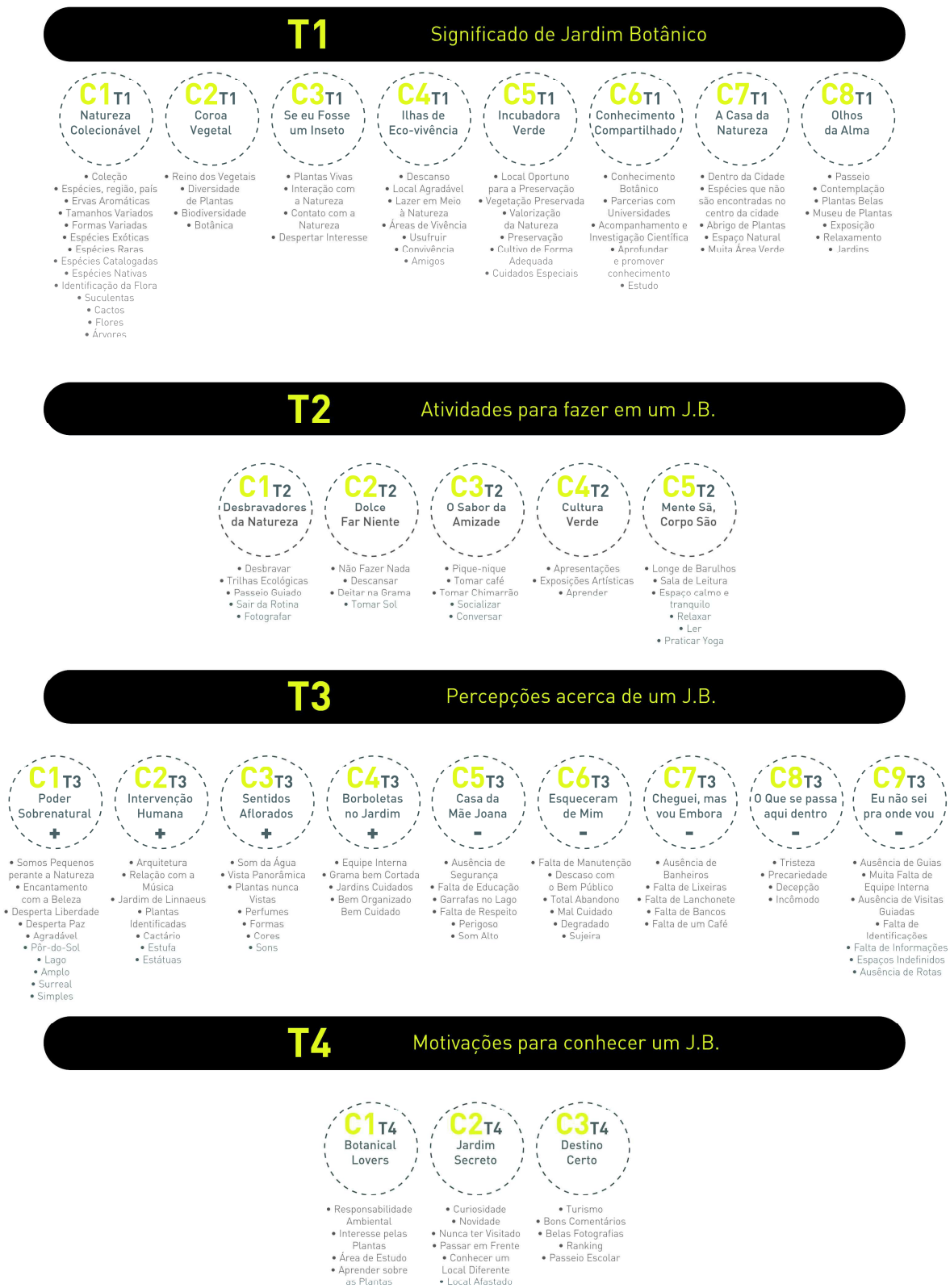
3.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO

As entrevistas realizadas com a população caxiense forneceram informações, que foram organizadas primeiramente em formato de Quadro Matricial, conforme APÊNDICE B, e na sequência em grupos de acordo com sua proximidade. Esse tipo de organização possibilitou a criação de quatro infográficos.

O primeiro deles, foi criado a partir de quatro temas e diversas categorias; cada categoria recebeu uma nomenclatura, conforme pode ser visto na Figura 21. Esse infográfico diz respeito ao que os entrevistados pensam em relação ao significado, tipos de atividades para se fazer, percepções acerca e motivações para conhecer um Jardim Botânico.

Os outros três infográficos referem-se à extração de signos, provenientes também da análise de conteúdo; os signos explorados nos infográficos são associações que os entrevistados realizaram quando compararam o Jardins Botânicos com um animal, uma cor e um território, conforme pode ser visto, respectivamente, na Figura 22, Figura 23 e Figura 24. Essas associações permitiram compreender de uma outra maneira, através da semiótica, o que significa um Jardim Botânico para os entrevistados caxienses.

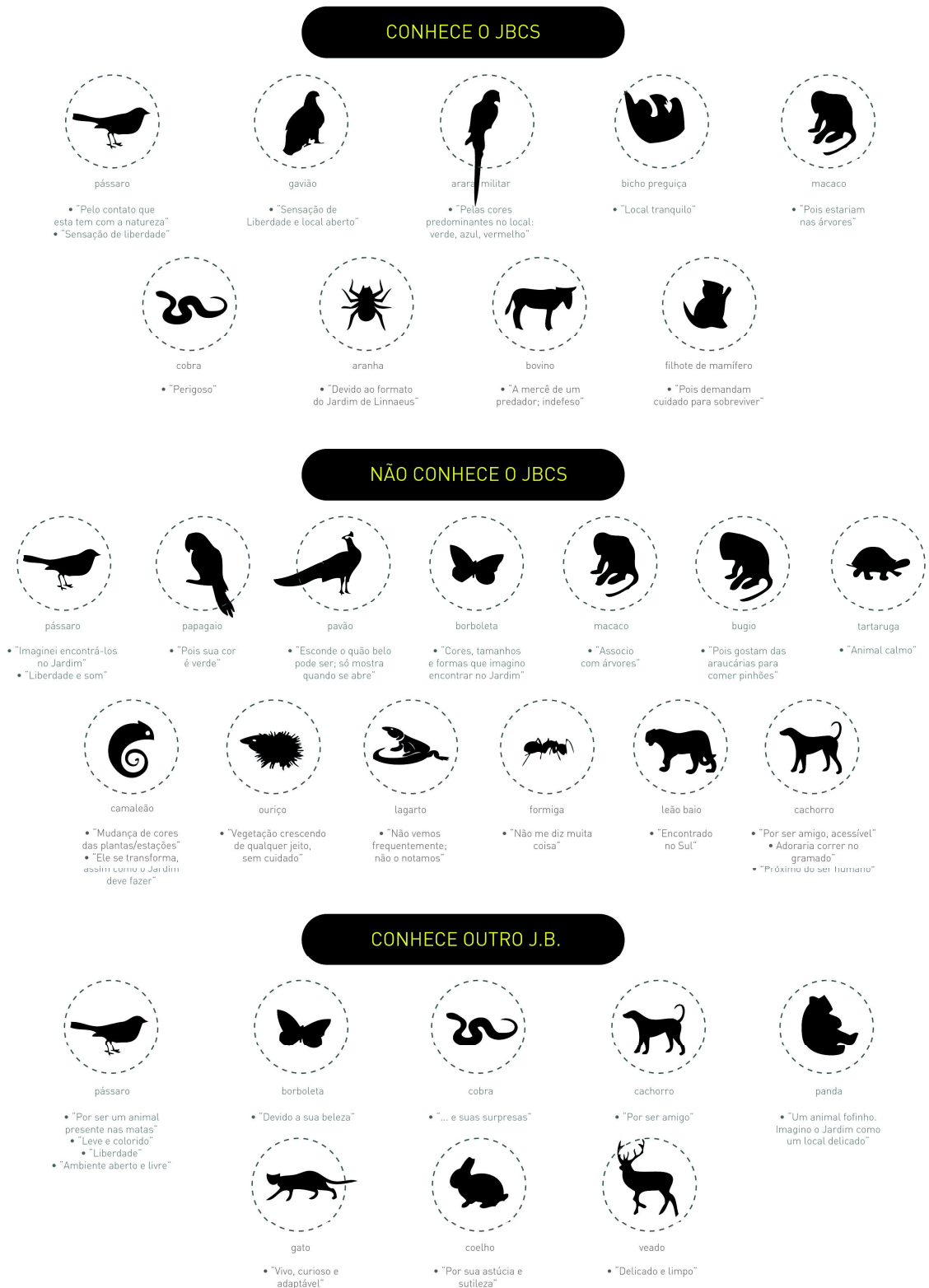
Figura 21 - Infográfico Jardim Botânicos



T (1,2,...): Tema / C (1,2,...): Categoria / J.B.: Jardim Botânico

Fonte: Elaborada pelo autor

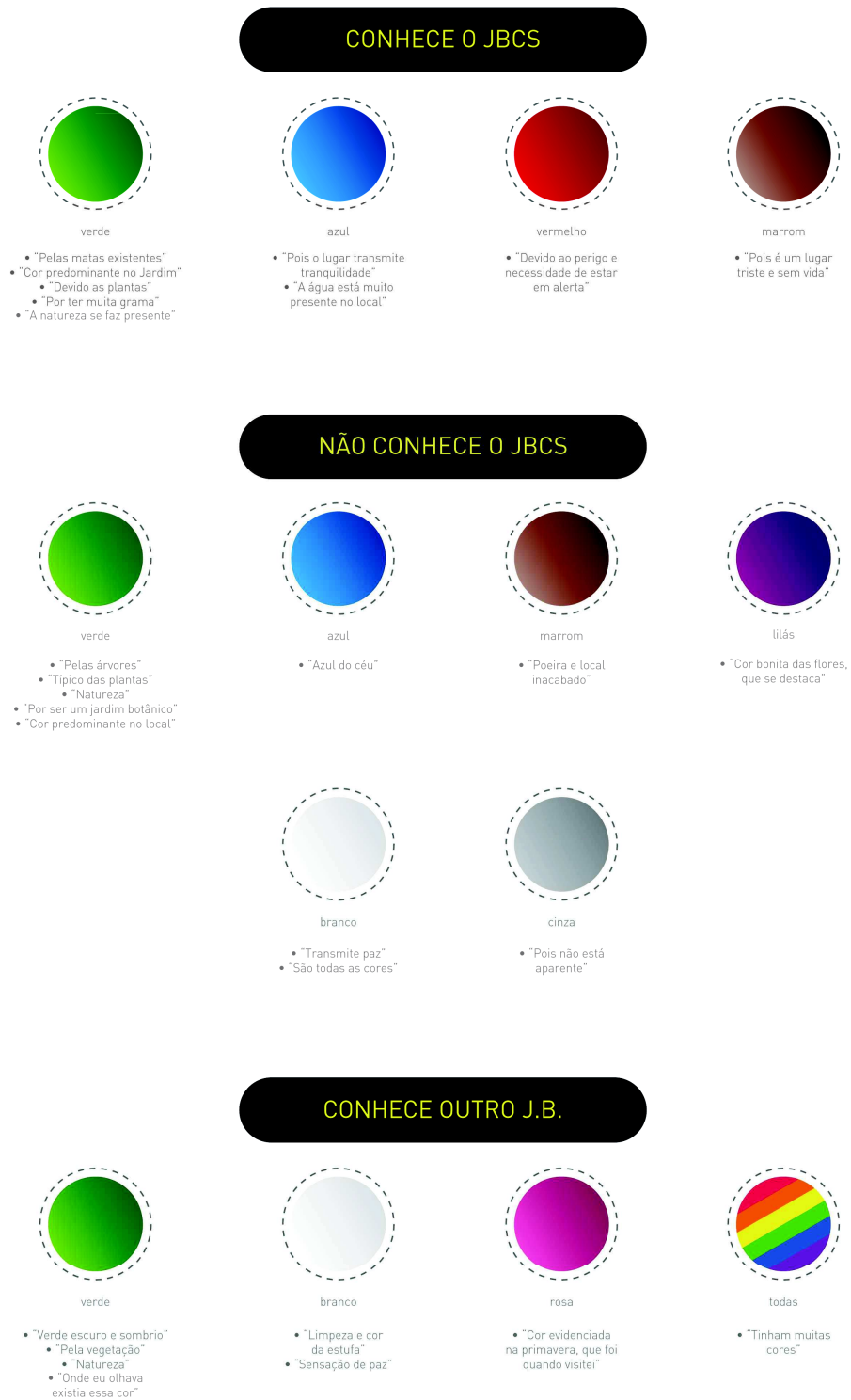
Figura 22 - Infográfico Extração Signos - Animais



J.B: Jardim Botânico / **JBCS:** Jardim Botânico de Caxias do Sul

Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 23 - Infográfico Extração Signos – Cores



J.B.: Jardim Botânico / **JBCS:** Jardim Botânico de Caxias do Sul

Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 24 - Infográfico Extração Signos – Territórios

CONHECE O JBCS



Pré-colonização - RS
• "Devido a mata nativa"



Vacaria - RS
• "Local esquecido, com mato, e que não se desenvolveu"



Antônio Prado - RS
• "Porque é deserto"



Campos de cima da Serra - RS
• "Pelo gramado e lago do local"



Serra Gaúcha - RS
• "Local agradável tanto no Frio quanto no calor"



Nova Petrópolis - RS
• "Lembro do Labirinto Verde"



Favela Rocinha - RJ
• "Perigoso"



Amazônia - AM
• "Local rico em biodiversidade, mas esquecido e depredado; sem proteção"



Áustria - Europa
• "Pela vegetação de região fria"

NÃO CONHECE O JBCS



Rio Grande do Sul - RS
• "Pois no estado tem muitos lugares bonitos"



Caxias do Sul - RS
• "Pois é a cidade que ele está inserido "Abrija a vegetação local"



Flores da Cunha - RS
• "Me remete a muitas plantas e flores"



Vacaria - RS
• "Cidade isolada, com terra nas paredes das casas"



Florianópolis - SC
• "Convive bem com o ecossistema, sem agredir-lo"



Ilha do Mel - SC
• "Um lugar distante do centro urbano"



Curitiba - PR
• "Lugar onde está o único Jardim que conheço"



Amazônia - AM
• "Por ser um local com muitas plantas"
• "Pela grande diversidade de plantas"
• "Muita mata"



Acre - AC
• "Pois todos dizem que não existe - não faz parte do Brasil"



Irlanda
• "Pois é um lugar com muitos parques, rochas, flores"



Brasil
• "Cada estado tem seus costumes e características. Muitas plantas diferentes e agrupadas formam um J.B."
• "Pois é um lugar que ele está inserido"

CONHECE OUTRO J.B.



Sul do Brasil
• "Colorida, verde e próspera"



Curitiba
• "O próprio local é uma referência"



Rio de Janeiro - RJ
• "De anos atrás, quando havia mais paz"



Amazonas - AM
• "Achamos que eles vivem só no mato"



Amazônia - AM
• "Parece muito lindo, mas eu tenho medo de ir lá"
• "Pela diversidade e beleza"



Central Park - Nova York
• "Em função da beleza da natureza"



Toscana - Itália
• "Local florido e bem arborizado"



Alemanha
• "País onde as pessoas são muito organizadas"



País das Maravilhas
• "Curiosidade que despertou e magia que transmitiu"

J.B: Jardim Botânico / **JBCS:** Jardim Botânico de Caxias do Sul

Fonte: Elaborada pelo autor

3.3 CENÁRIOS

Para a construção dos quatro cenários deste trabalho foram necessários, para cada um deles, três etapas.

A primeira delas teve como característica a aproximação de categorias, signos de animais, cores e territórios, provenientes das entrevistas com os caxienses, que juntos se complementaram criando alguns conceitos-chave. O objetivo da junção das categorias com os signos é o de fornecer à geração dos cenários estímulos semióticos, ou seja, associações com outros elementos além dos diretamente relacionados a um Jardim Botânico.

Na segunda etapa foi realizada a pesquisa *blue sky*, através de *moodboards*, com o objetivo de gerar estímulos visuais que servem como inspiração. Todas as pesquisas *blue sky* seguem a lógica conceitual da sua etapa anterior.

Por fim, a terceira etapa utiliza-se das duas primeiras para se concretizar, sendo nela apresentado o cenário.

3.3.1 Cenário 1

Etapa 1:

Figura 25 - Categorias e Signos 1



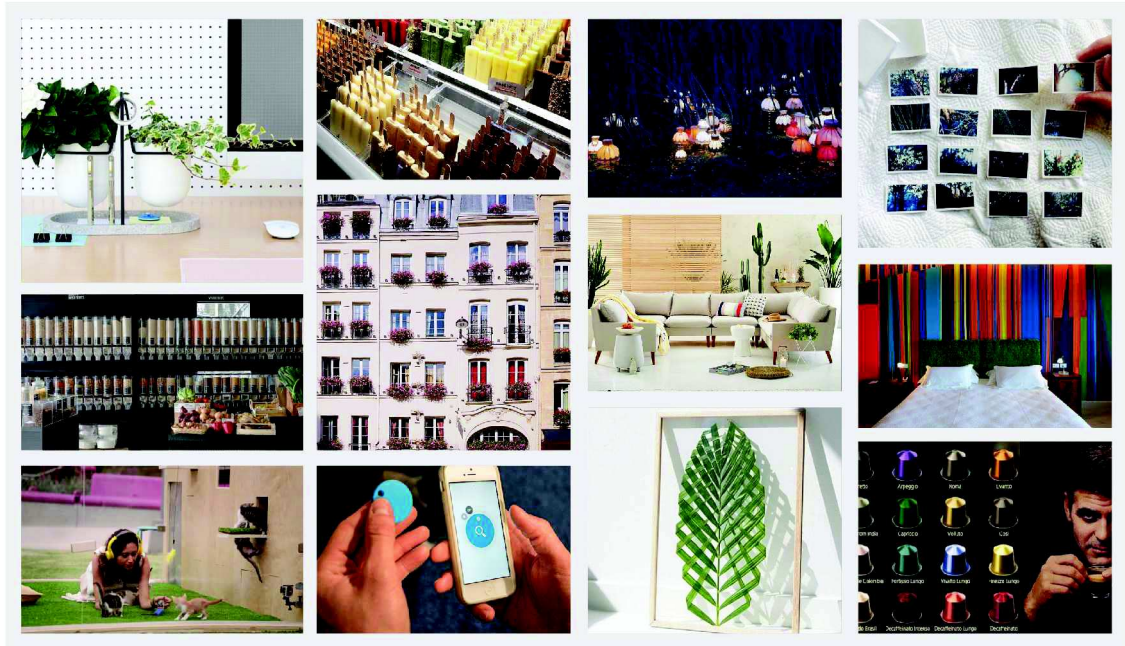
Fonte: Elaborada pelo autor

No quadro acima, Categorias e Signos 1, foram agrupados elementos que se complementam e fornecem informações para a geração dos cenários. Os conceitos-chave explorados neste quadro foram desbravamento, coleção, diversão e fantasia.

Etapa 2:

Figura 26 - *Blue Sky 1*

BLUE SKY 1



Fonte: Elaborada pelo autor

No quadro acima, *Blue Sky 1*, foram agrupadas imagens de *inputs* e tendências que para a geração dos cenários. Os conceitos-chave nesta pesquisa foram, assim como na etapa 1, desbravamento, coleção, diversão e fantasia.

Etapa 3:

Figura 27 - Cenário 1

CENÁRIO 1



Fonte: Elaborada pelo autor

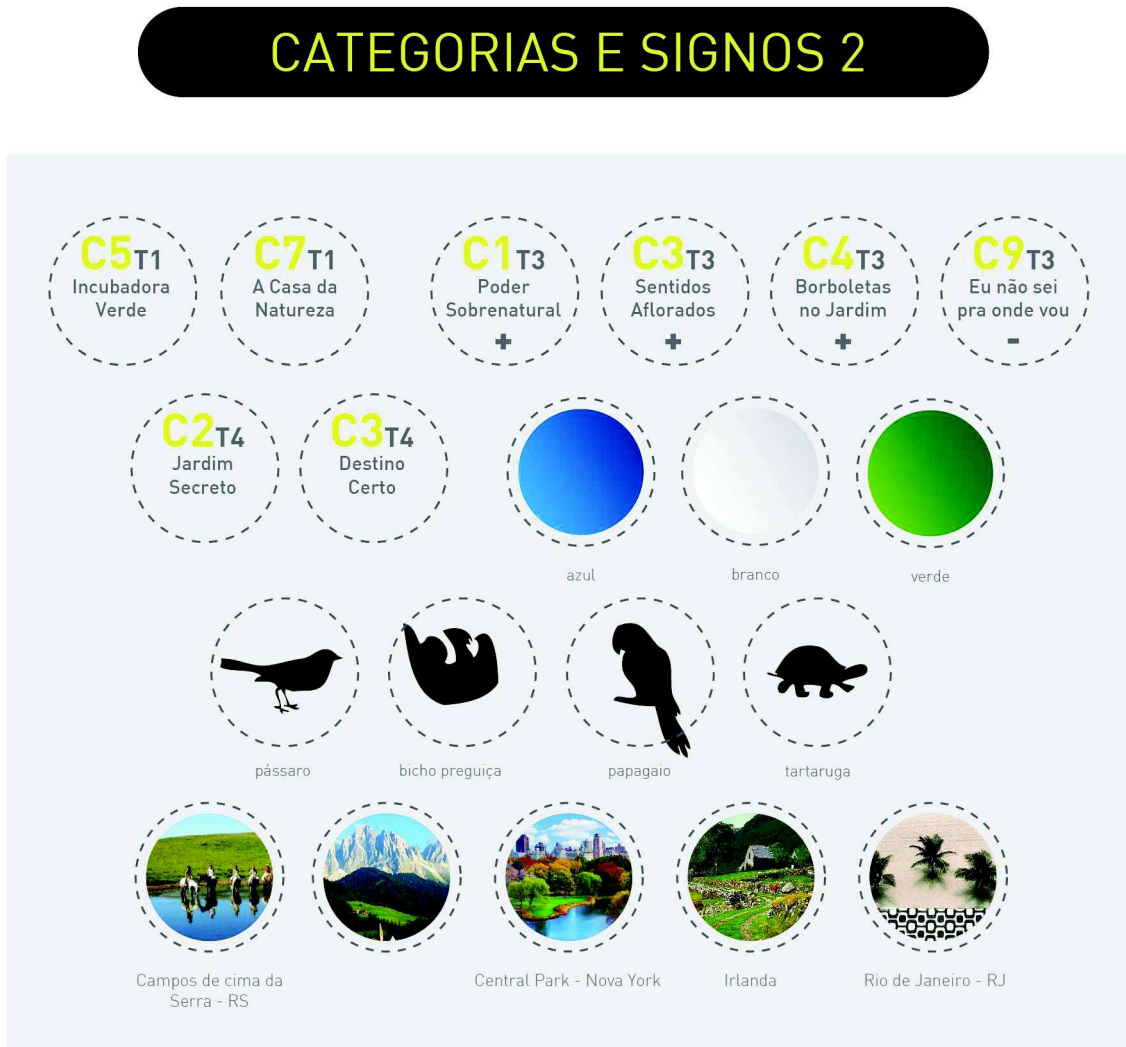
Cenário Caminhos Colecionáveis:

Desbravar caminhos e descobrir novas possibilidades pode ser muito divertido. Em Caminhos Colecionáveis são utilizados os conceitos de exploração do território do Jardim Botânico de Caxias do Sul e de natureza colecionável para criar um vínculo entre o visitante e o local. O Jardim Botânico deixa de ser um local onde a mera contemplação é o principal atrativo e torna-se um território onde a curiosidade é despertada e a passividade dá lugar a participação e a interação, que fazem com que o visitante tenha interesse nas questões de consciência ambiental. A ideia do coletar e colecionar faz com que as experiências tornem-se ainda mais memoráveis na mente e no coração dos visitantes.

3.3.2 Cenário 2

Etapa 1:

Figura 28 - Categorias e Signos 2



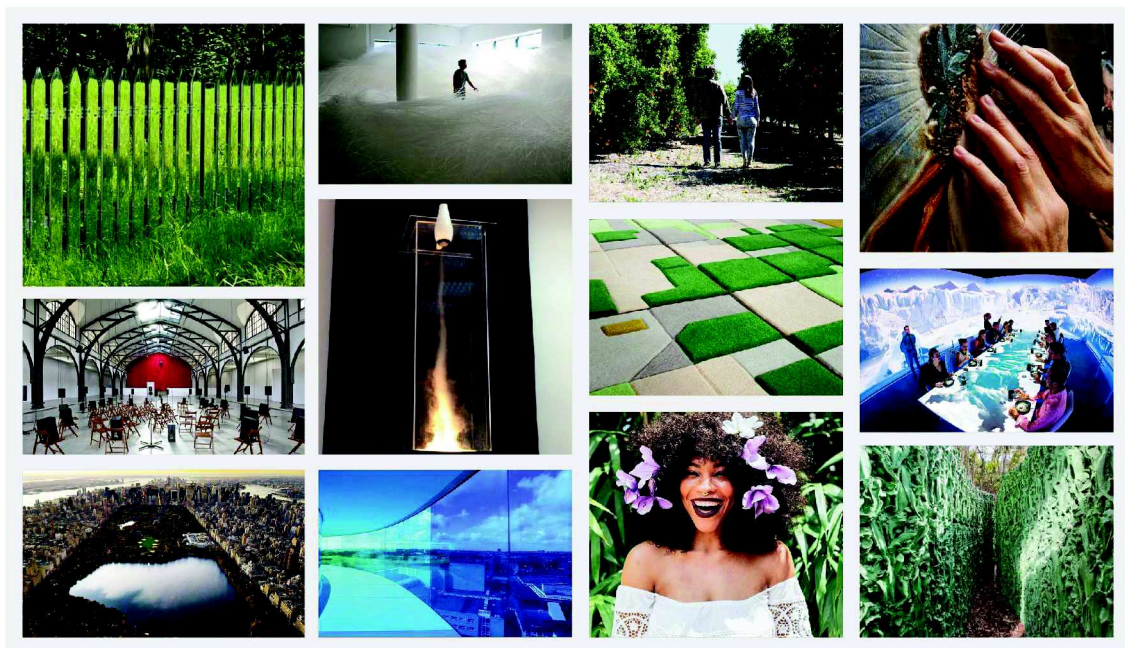
Fonte: Elaborada pelo autor

No quadro acima, Categorias e Signos 2, foram agrupados elementos que se complementam e fornecem informações para a geração dos cenários. Os conceitos-chave explorados neste quadro foram sensações, natureza pura e refúgio.

Etapa 2:

Figura 29 - *Blue Sky 2*

BLUE SKY 2



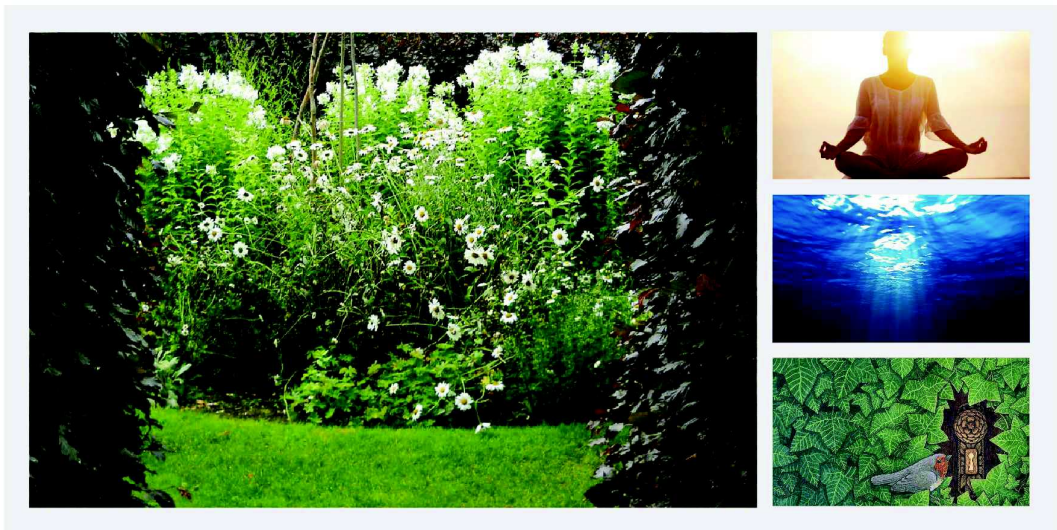
Fonte: Elaborada pelo autor

No quadro acima, *Blue Sky 2*, foram agrupadas imagens de *inputs* e tendências que para a geração dos cenários. Os conceitos-chave nesta pesquisa foram, assim como na etapa 1, sensações, natureza pura e refúgio.

Etapa 3:

Figura 30 - Cenário 2

CENÁRIO 2



Fonte: Elaborada pelo autor

Cenário Jardim Secreto da Alma:

Quem vive em grandes cidades sabe que nem sempre é possível encontrar um lugar tranquilo para se sentir em paz. Em Jardim Secreto da Alma o Jardim Botânico de Caxias do Sul se transforma em um território que possibilita que os visitantes se conectem com a natureza, exercitem a mente e cuidem da saúde da alma. Neste cenário a indiferença perde espaço para as sensações, e a experiência no Jardim torna-se multissensorial: o som, as luzes, as paisagens, os aromas, as formas, as texturas e o paladar são explorados para potencializar o sentimento de estar vivo e conectado com a natureza.

3.3.3 Cenário 3

Etapa 1:

Figura 31 - Categorias e Signos 3



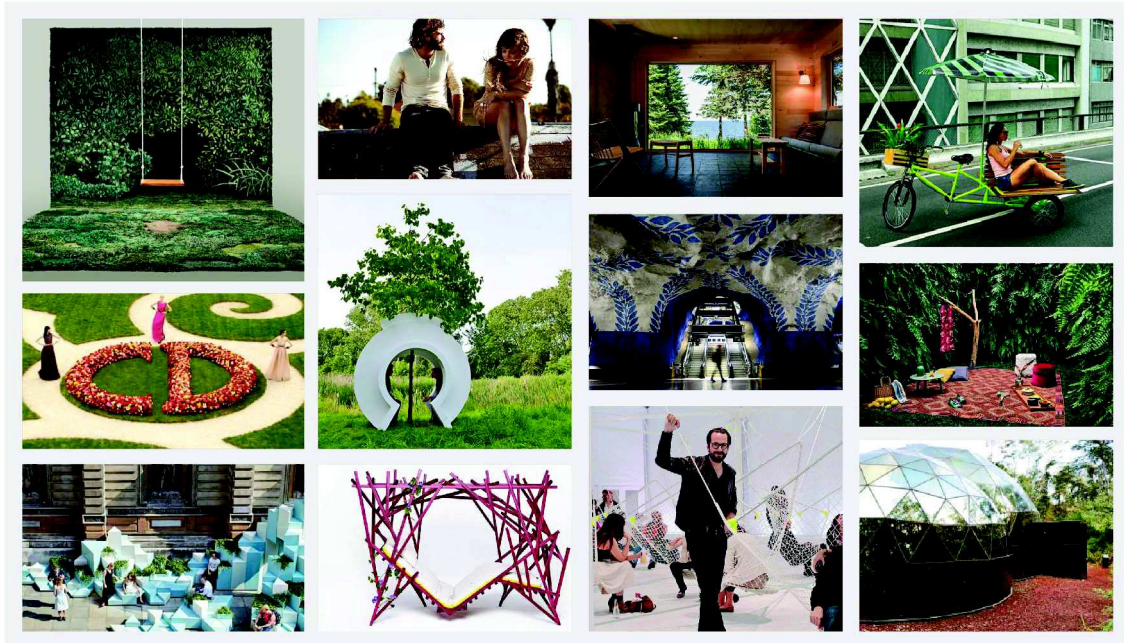
Fonte: Elaborada pelo autor

No quadro acima, Categorias e Signos 3, foram agrupados elementos que se complementam e fornecem informações para a geração dos cenários. Os conceitos-chave explorados neste quadro foram bem-estar, conexão e interferência humana.

Etapa 2:

Figura 32 - *Blue Sky 3*

BLUE SKY 3



Fonte: Elaborada pelo autor

No quadro acima, *Blue Sky 3*, foram agrupadas imagens de *inputs* e tendências que para a geração dos cenários. Os conceitos-chave nesta pesquisa foram, assim como na etapa 1, bem-estar, conexão e interferência humana.

Etapa 3:

Figura 33 - Cenário 3

CENÁRIO 3



Fonte: Elaborada pelo autor

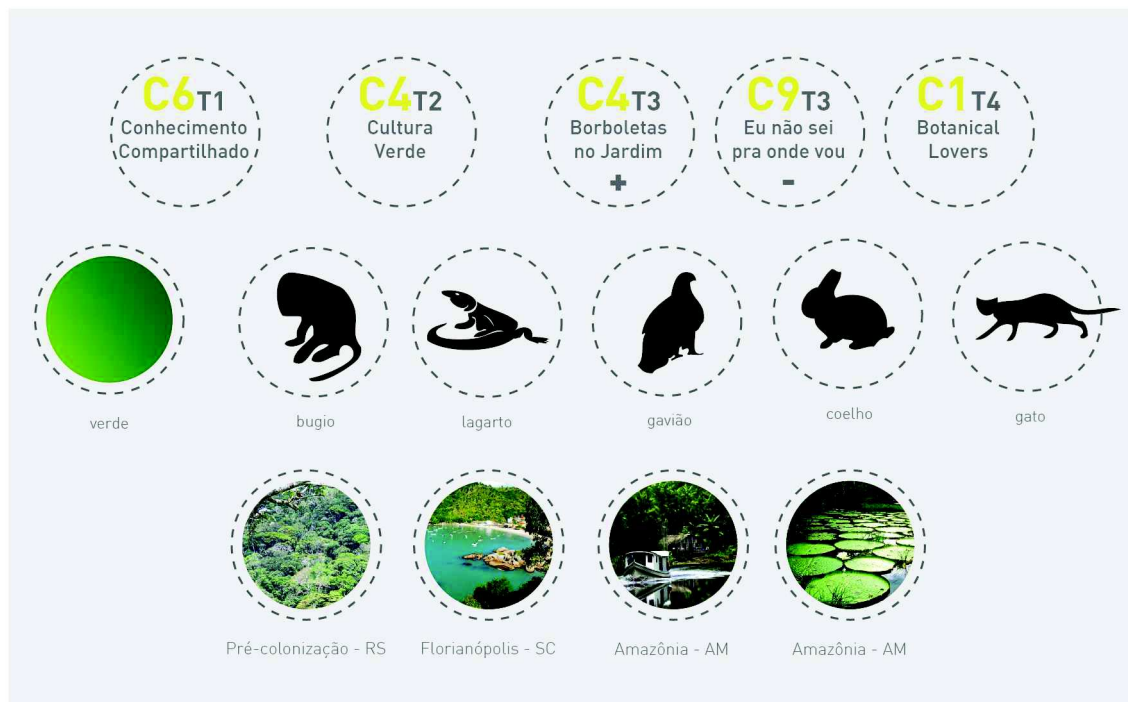
Cenário Arquitetura do Bem-Estar:

Projetar o bem-estar para as pessoas: essa é a premissa deste cenário. A interferência humana, no Jardim Botânico de Caxias do Sul, através das construções, da arte, da música podem potencializar e conectar as relações sociais, como a amizade, e as relações com a natureza. Neste cenário abre-se um grande espaço para a criatividade humana; o território, antes tomado apenas pela mata nativa, recebe manifestações culturais e artísticas, que ganham espaço em meio à natureza e fazem com que os visitantes do Jardim interajam, absorvam conhecimento e sintam-se bem para sempre que possível retornar.

3.3.4 Cenário 4

Etapa 1:

Figura 34 - Categorias e Signos 4



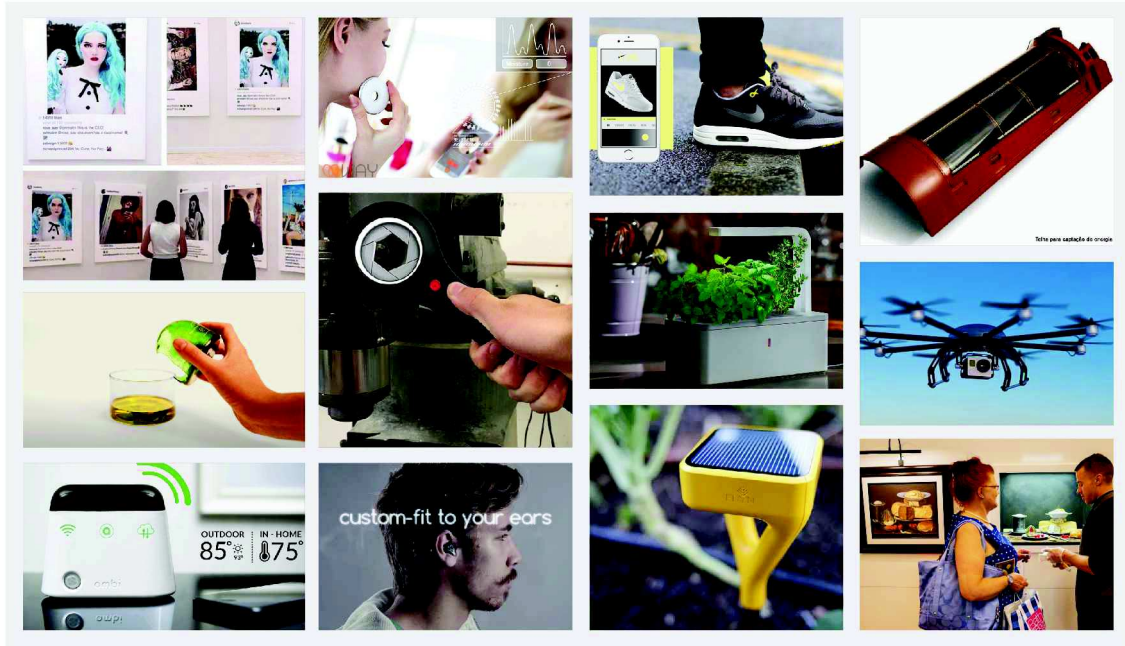
Fonte: Elaborada pelo autor

No quadro acima, Categorias e Signos 4, foram agrupados elementos que se complementam e fornecem informações para a geração dos cenários. Os conceitos-chave explorados neste quadro foram investigação, compartilhamento e tecnologia.

Etapa 2:

Figura 35 - *Blue Sky 4*

BLUE SKY 4



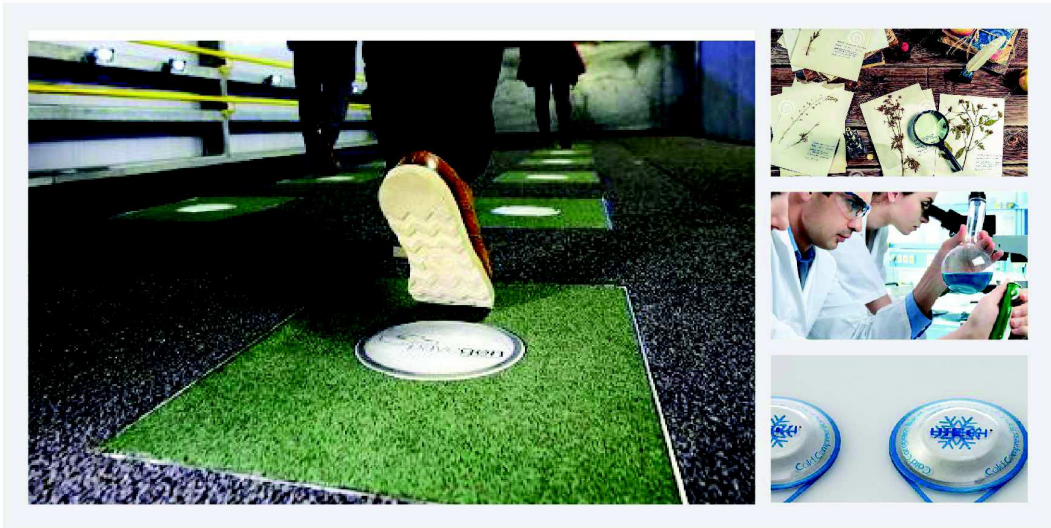
Fonte: Elaborada pelo autor

No quadro acima, *Blue Sky 4*, foram agrupadas imagens de *inputs* e tendências que para a geração dos cenários. Os conceitos-chave nesta pesquisa foram, assim como na etapa 1, investigação, compartilhamento e tecnologia.

Etapa 3:

Figura 36 - Cenário 4

CENÁRIO 4



Fonte: Elaborada pelo autor

Cenário Ciência para o Futuro:

O ser humano é diretamente dependente da natureza para sobreviver; é nela que surgem os maiores problemas da humanidade e dela que surgem as soluções para resolvê-los. A investigação científica, no Jardim Botânico de Caxias do Sul, além de possibilitar avanços científicos, incentiva o aprendizado e a consciência ambiental, importantes para garantir o futuro do planeta. Neste cenário, o Jardim concentra seu centro de pesquisas *in loco* e busca ampliar seu horizonte de parcerias. As inovações provenientes das pesquisas são vislumbradas por toda a comunidade científica, que faz com que o local seja referência na área ambiental.

3.4 VISION

A partir da análise e dos insights que surgiram como resultado do geração de cenários, foi criada uma *Vision*, que trata-se de uma visão do que se aspira como resultado de projeto, nas quais conceitos e imagens ilustram o pensamento desenvolvido em determinado cenário.

A *Vision* corresponde ao Cenário Caminhos Colecionáveis pois, sob o olhar metaprojetual, é o que mais se aproxima do conceito da inovação de significado.

Figura 37 - *Vision*



Fonte: Elaborada pelo autor

Nela, o conceito principal é a exploração. Explorar o Jardim Botânico através de brincadeiras divertidas é uma estratégia que faz com que todos os visitantes envolvam-se com a temática ambiental, além de guardarem para sempre a experiência memorável. Além disso, o conceito de coleção também se apresenta aqui; o coletar e colecionar estão presentes nas atividades e fazem com que o participante tenha sempre um objetivo a ser seguido. As cores utilizadas na *Vision* são diversas e alegres, sendo associadas aos conceitos de diversão, desafio e informalidade.

4 DISCUSSÃO DO METAPROJETO

Neste capítulo o metaprojeto, realizado anteriormente, será discutido e seus resultados serão comentados visando uma compreensão geral de todo o processo desenvolvido.

Inicialmente as duas pesquisas, contextual e não-contextual, tiveram um papel muito importante, pois foram elas que direcionaram o trabalho. Pensar e pesquisar contextualmente significa compreender o objeto que se está trabalhando diretamente no metaprojeto.

O estudo exploratório possibilitou identificar as principais virtudes e pontos negativos que o território do Jardim Botânico de Caxias do Sul apresenta; no Jardim pôde-se perceber a grandeza da beleza natural e vasta área do local, em que é possível implementar projetos dos mais variados possíveis. Observou-se também a precariedade da estruturação do Jardim, onde a ausência de infraestrutura e serviços básicos estava muito evidente.

Ainda em se tratando do contexto, as entrevistas com a população caxiense forneceram um rico conteúdo para se analisar e trabalhar; as citações dos entrevistados disseram coisas que não seria possível identificar apenas na figura do designer quando observando o local em questão. As respostas das entrevistas, agrupadas em temas e categorias, ampliaram o horizonte do entendimento do que significa um Jardim Botânico para a população caxiense; esta compreensão se fazia necessária pois o trabalho trata da inovação de significado. Em cada categoria foram utilizadas verbalizações reinterpretadas das entrevistas, que forneceram um direcionamento e estímulos para o metaprojeto.

A extração de signos, provenientes das associações que os entrevistados realizaram, também tiveram grande utilidade; a partir delas foi possível compreender o que eles gostariam de dizer, mas de uma maneira totalmente diferente do simples falar: o ato de associar, que concretiza o pensamento em um outro objeto. Esta maneira de utilizar a semiótica mostrou que pode ser muito útil não apenas na fase do metaprojeto, mas também na fase projetual em que cada elemento pode ser pensado de uma maneira que transmita determinados valores ao usuário final.

A geração dos cenários, no Design Estratégico, normalmente é proveniente do instrumento Gráfico de Polaridades que elenca diversos conceitos antagônicos,

ou ainda, opostos interdependentes. De acordo com os objetivos metaprojetuais é decidido se será valorizado um ou mais polos; mas é nos quadrantes deste gráfico que ocorre a criação dos cenários.

Neste trabalho a geração de cenários seguiu por um caminho fora do habitual, buscando uma inovação na metodologia. Assim como no gráfico de polaridades os elementos principais da metodologia foram as informações contextuais e não-contextuais, mas ao invés de se criar polaridades, optou-se por agrupar inicialmente as categorias e signos que mais tinham proximidade e se complementavam, tendo como objetivo gerar um estímulo projetual. O resultado foram quatro grupos de informações, sendo que em cada um foi possível identificar conceitos-chave que se destacavam. Na segunda etapa entrou a pesquisa *blue sky* que municiou cada um dos quatro grupos com estímulos e tendências de setores distintos dos trabalhados até o momento. Foi essa junção de elementos que originou os cenários propostos.

Os cenários, nesta nova metodologia, não foram gerados via polaridades, mas mantêm sua principal característica, que é, como explica Heijden (2004), a de visualizar um futuro desejado, de forma a antecipar mudanças e manter conversações estratégicas contínuas.

Os quatro cenários gerados possuem direções e enfoques diferentes. O primeiro deles, Caminhos Colecionáveis, explora a diversão, o desbravamento, a fantasia, e demonstra que os conceitos de sustentabilidade ambiental podem ser transmitidos para a população de uma maneira não convencional. O segundo cenário, Jardim Secreto da Alma, mostra que as belezas naturais e puras podem promover um sentimento de paz e tranquilidade interior. O Jardim Botânico de Caxias do Sul pode explorar esse conceito e projetar experiências positivas para as pessoas. Já o cenário Arquitetura do Bem-estar objetiva planejar espaços para que as pessoas intensifiquem suas relações com as outras pessoas e com o próprio meio ambiente. Um projeto criado a partir deste cenário preocupa-se principalmente com a questão da infraestrutura diferenciada e fundida à natureza. Por fim, Ciência para o Futuro é o cenário que se destaca pelo estudo e investigação científica, nele o Jardim Botânico de Caxias do Sul é enxergado como um centro de pesquisa avançada, que promove o intercâmbio de conhecimento e trabalha em busca de inovações para melhorar a vida das pessoas.

Tendo em vista os quatro cenários, foi necessário avaliar um-a-um e defrontá-los com o objetivo principal deste trabalho: a inovação de significado. Dentre todos

os cenários destacou-se Caminhos Colecionáveis, pelo seu potencial em promover desdobramentos para projetos futuros.

Identificou-se que, de forma generalizada, os cidadãos caxienses acreditam que um Jardim Botânico é um local para cultivo, estudo e preservação de plantas; onde são apresentadas espécies da região ou exóticas de modo que elas estejam identificadas. Além disso, surgiram diversas informações comentando que o Jardim Botânico é um local agradável utilizado para lazer, onde se destacam atividades como passeios, caminhadas, reunião com amigos, tomar chimarrão e até mesmo descansar da rotina agitada da cidade.

A resignificação pôde ser vista na *vision* criada, em que passou-se do significado de um Jardim Botânico em que as plantas são apenas contempladas e as atividades são basicamente as mesmas realizadas em demais parques urbanos, para um significado de um Jardim Botânico que utiliza conceitos como, por exemplo, o da diversão e desbravamento, para transmitir os conceitos de educação e responsabilidade ambiental; resignifica-se, então, o território que era aproveitado pelos caxienses de forma passiva e passa-se a proporcionar uma participação ativa aos visitantes, que pode ser experienciada de forma memorável.

Todas as pessoas gostam de desafios e diversão. O resultado do metaprojeto demonstra que a tarefa da conscientização ambiental não precisa ser formal e desinteressante; ela pode ser atrativa para as crianças e pode despertar a criança existente, e talvez timidamente escondida, em cada ser humano adulto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Valorizar um território com extrema importância como difusor de conhecimento ambiental. Esta foi a principal motivação deste trabalho, e que tratou da inovação de significado do Jardim Botânico de Caxias do Sul. Em cada etapa realizada no desenvolvimento deste, se mantiveram sempre presentes os objetivos gerais e específicos.

Entender como foram originados e que função tiveram, e têm, os primeiros Jardins Botânicos do mundo e do Brasil; compreender como o *design-driven innovation* trata da inovação de significado; observar como a semiótica, quando compreendida, pode colaborar para qualquer projeto de design; e notar o poder que o design estratégico tem de construir excelentes direcionadores para um futuro projeto; essas foram a base referencial teórica utilizada para o desenvolvimento de todas as demais etapas deste trabalho.

A metodologia do design estratégico possibilitou um cruzamento de uma grande quantidade de informações, contextuais e não-contextuais, que agrupadas, organizadas e interpretadas serviram de base para o metaprojeto.

No desenvolvimento o metaprojeto demonstrou-se ser adequado para este tipo de estudo, pois surgiram dezenas de direcionamentos possíveis para projeção. As sucessivas escolhas foram direcionando os resultados de acordo com os objetivos a que se tinham em vista.

Por fim, o resultado do metaprojeto, mais especificamente através da *vision*, demonstra o sucesso na obtenção de uma inovação de significado para o Jardim Botânico de Caxias do Sul, apresentando uma nova visão do território, que nenhuma pessoa havia verbalizado nas entrevistas, mas que está alinhada a tudo que foi observado, pesquisado e dito. A solução metaprojetual, Caminhos Colecionáveis, não é resultado do que a população caxiense pediu e sempre desejou, mas talvez o que estivessem esperando, e não sabiam.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: edição 70, 2011.

BORBA, G., REYES, P. **Design Estratégico Aplicado ao Território**. In: 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Rio de Janeiro, 11 a 13 de outubro 2007.

BYE, R. **Historia de los jardines botanicos: evolucion de estilos, ideas y funciones**. Chapingo, v.2, 1994. (Série Horticultura).

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CAUTELA, Cabirio; ZURLO, Francesco. **Relazioni produttive: design e strategia nell'impresa contemporanea**. Milano: Aracne, 2006.

CELASCHI, Flaviano & DESERTI, Alessandro. Design e Innovazione – **Strumenti e pratiche per La ricerca applicata**. Roma: Carocci, 2007.

CELASCHI, F. **Dentro do Projeto: apontamento de mercadologia contemporânea** in: Design e Innovazione: strumenti e pratiche per La ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007.

CONAMA. **RESOLUÇÃO CONAMA nº 339, de 25 de setembro de 2003. Publicada no DOU no 213, de 3 de novembro de 2003, Seção 1, páginas 60-61**. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=377>> Acesso em: julho de 2015.

DESERTI, A. **Interno Al progetto: concretizzare l'innovazione** in: Design e Innovazione: strumenti e pratiche per La ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007.

FLUSSER, Vilém. **O mundo Codificado**. Ed. Ciência Moderna, Rio de Janeiro, 2007.

FRANZATO, Carlo. O processo de inovação dirigida pelo design: um modelo teórico. **REDIGE**, Rio de Janeiro, v.2, n.1, p. 50-62, 2011. Disponível em: <http://www2.cetiqt.senai.br/redige/>. Acesso em: 20 jul. 2015.

FUNDAÇÃO ZOOBOTÂNICA DO RIO GRANDE DO SUL. **Jardim botânico de Porto Alegre. Jardim Botânico de Porto Alegre: 50 anos conservando a flora gaúcha**. Porto Alegre: 2009. Publicações avulsas FZB, 15.

GOUVEIA, Luís Borges. **O branding territorial: uma abordagem mercadológica das cidades**. Universidade Fernando Pessoa, 2007.

HEIJDEN, Kees van der. **Planejamento de Cenários: a arte da conversação estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HEYWOOD, V.H. **The changing role of the botanic garden.** In: BRAMWELL, D. et al (ed.) *Botanic Gardens and the World Conservation Strategy.* London: Academic Press, 1987. p.3-18.

HOEHNE, F.C., KUHLMANN, M.; HANDRO, O. **O Jardim Botânico de São Paulo,** São Paulo: Departamento de Botânica do Estado, 656p. 1941.

INSTITUTO DE PESQUISAS JARDIM BOTÂNICO DO RIO DE JANEIRO. **Jardim Botânico do Rio de Janeiro: 1808-2008.** Rio de Janeiro, 2008.

KOTLER, Philip; GERTNER, David. **O marketing estratégico de lugares.** HSM Management 44, maio-junho, 2004.

MANZINI, E.; JÉGOU, F. **Design dos cenários.** In: BERTOLA, P.; MANZINI, E. *Design Multiverso | Notas de fenomenologia do design.* Milano: Edizioni POLI.design, 2006.

MERONI, Anna. **Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline.** Design Research Journal, 2008.

MORAES, D. **Metaprojeto: o design do design.** São Paulo: Blücher, 2010.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica.** 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

REYES, P E. B. **A Espacialidade na Cidade Contemporânea: os processos de [des] e [re] territorialização.** In: Simpósio Latinoamericano: cidade e cultura . dimensões contemporâneas, 2007, São Carlos. Simpósio Latinoamericano: cidade e cultura . dimensões contemporâneas. São Carlos, 2007.

REYES, Paulo; BORBA, Gustavo. **Design Estratégico Aplicado ao Território.** Strategic Design Oriented to territory – 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, Rio de Janeiro, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica.** 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada.** 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SEGAWA, H. **Ao amor do público: jardins no Brasil.** São Paulo: Studio Nobel, 1996. 255p.

TAROUCO, Fabrício. **Identidade territorial: Estratégias de design para valorização de Santo Ângelo.** Porto Alegre, 2011. 211 p. Dissertação (Mestrado em Design Estratégico) - Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2011.

TEIXEIRA, A. R. **Resenha histórica do Instituto de Botânica de São Paulo.** Ciência e Cultura, v. 40, n.11, p.1045-54, 1988.

VERGANTI, Roberto. **Design-driven Innovation: changing the rules of competition by radically innovating what things mean.** Boston: Harvard Business Press, 2009.

ZURLO, F. **Design Strategico**, in AA. VV., Gli spazi e Le arti, Volume IV, Opera XXI Secolo, Editore Enciclopédia Treccani, Roma, 2010.

Sites

Guia geográfico - Parques de Curitiba. Disponível em: <http://www.parques-curitiba.com/jardim-botanico-ecologia.htm> Acesso em: jun, 2009.

Portal da Prefeitura de Curitiba. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/jardim-botanico/287> Acesso em: jun, 2009.

Jardim Botânico de São Paulo. Disponível em: <http://jardimbotanico.sp.gov.br/o-jardim/historico-do-jardim-botanico/> Acesso em: jun, 2009.

Cidade de São Paulo. Disponível em: <http://www.cidadedesao paulo.com/sp/o-que-visitatar/pontos-turisticos/194-jardim-botanico> Acesso em: jun, 2009.

Prefeitura de Caxias do Sul. Disponível em: https://www.caxias.rs.gov.br/meio_ambiente/texto.php?codigo=603 Acesso em: jun, 2009.

Gazeta de Caxias. Disponível em: <http://www.gazetadecaxias.net.br/2014/09/um-pulmao-verde-dentro-do-perimetro.html> Acesso em: jun, 2009.

Universidade de Caxias do Sul. Disponível em: <http://www.ucs.br/site/ucs/noticias/1226690290> Acesso em: jun, 2009.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DAS ENTREVISTAS COM CAXIENSES

1. Nome, idade e profissão.

2. O que você entende por um Jardim Botânico? Para que ele serve?

3. Quais atividades você imagina-se fazendo em um Jardim Botânico?

4. Você já visitou algum? Qual?

5. JÁ VISITEI O JARDIM BOTÂNICO DE CAXIAS DO SUL (JBCS):

a. Quem ou o que o motivou a conhecer o Jardim?

b. Pense e responda: quais os motivos reais e mais profundos que fizeram com que você decidisse conhecer o local?

c. Com quem você visitou o JBCS pela primeira vez?

d. Antes de chegar ao local: como você imaginava ser o JBCS e quais atividades imaginava poder fazer lá?

e. Qual a sua percepção ao entrar e conhecer o JBCS?

f. Do que mais você gostou e do que sentiu falta no JBCS?

g. Que marca ou lembrança o Jardim Botânico de Caxias deixou em você?

h. Se pudesse definir em uma palavra o JBCS, qual seria? Por que?

i. Se o JBCS fosse um animal, qual seria? Por que?

j. Se o JBCS fosse uma cor, qual seria? Por que?

k. Se o JBCS fosse uma cidade, estado ou região qual seria? Por que?

l. Você frequentou mais vezes? Por que?

6. JÁ OUVI FALAR NO JARDIM BOTÂNICO DE CAXIAS DO SUL (JBCS):

a. Por quais motivos você ainda não foi conhecer o Jardim Botânico de Caxias do Sul?

b. O que você espera encontrar e quais atividades imagina poder fazer lá?

c. Qual a sua sensação ao imaginar-se entrando no JBCS?

d. Se pudesse definir em uma palavra o JBCS, qual seria? Por que? (Responda mesmo não conhecendo o Jardim).

e. Se o JBCS fosse um animal, qual seria? Por que? (Responda mesmo não conhecendo o Jardim).

f. Se o JBCS fosse uma cor, qual seria? Por que? (Responda mesmo não conhecendo o Jardim).

g. Se o JBCS fosse uma cidade, estado ou região qual seria? Por que? (Responda mesmo não conhecendo o Jardim).

7. NUNCA OUVI FALAR NO JARDIM BOTÂNICO DE CAXIAS DO SUL (JBCS):

a. O que você espera encontrar e quais atividades espera poder fazer no Jardim Botânico de Caxias do Sul?

- b. Se pudesse definir em uma palavra o JBCS, qual seria? Por que? (Responda mesmo não conhecendo o Jardim).
- c. Se o JBCS fosse um animal, qual seria? Por que? (Responda mesmo não conhecendo o Jardim).
- d. Se o JBCS fosse uma cor, qual seria? Por que? (Responda mesmo não conhecendo o Jardim).
- e. Se o JBCS fosse uma cidade, estado ou região qual seria? Por que? (Responda mesmo não conhecendo o Jardim).

8. CONHEÇO OUTRO JARDIM:

- a. Qual Jardim Botânico você conheceu?
- b. Quem ou o que o motivou a conhecer o Jardim?
- c. Pense e responda: quais os motivos reais e mais profundos que fizeram com que você decidisse conhecer o local?
- d. Com quem você visitou o Jardim pela primeira vez?
- e. Antes de chegar ao local: como você imaginava ser o Jardim Botânico e quais atividades imaginava poder fazer lá?
- f. Qual a sua percepção ao entrar e conhecer o Jardim?
- g. Do que mais você gostou e do que sentiu falta no local?
- h. Que marca ou lembrança o Jardim Botânico de Caxias deixou em você?
- i. Se pudesse definir em uma palavra o Jardim que conheceu, qual seria? Por que?
- j. Se o Jardim Botânico que conheceu fosse um animal, qual seria? Por que?
- k. Se o Jardim Botânico que conheceu fosse uma cor, qual seria? Por que?
- l. Se o Jardim Botânico que conheceu fosse uma cidade, estado ou região qual seria? Por que?
- m. Você frequentou mais vezes? Por que?

APÊNDICE B – QUADRO MATRICIAL DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Categoria: O significado de Jardim Botânico para o caxiense.	
Definição: Jardim Botânico é um local para cultivo, estudo e preservação de plantas. Neste local são apresentadas espécies da região ou exóticas de modo que elas estejam identificadas. Além disso, é um local agradável utilizado para lazer, especialmente os que possuem maior proximidade com a natureza.	
Temas	Exemplos de verbalização
Conheço o JBCS	<p>E5: Local onde existe uma diversidade de plantas para mostrar e estudar.</p> <p>E9: Parque com jardins e áreas de vivência e lazer.</p> <p>E14: Um jardim que cultiva e expõe uma ampla diversidade de espécies de plantas e flores para estudo e preservação.</p> <p>E18: Um horto onde cultivam-se espécies botânicas identificadas, quer sejam nativas ou provenientes de outros países. A finalidade desses locais está relacionada ao trabalho de taxonomistas e instituições de ensino, promovendo o conhecimento e exposição dessas espécies aos demais. Além do cunho científico, o jardim botânico é normalmente visto como um lugar de lazer em meio a natureza dentro dos centros urbanos.</p> <p>E20: Um local com muitas plantas, algumas de espécies diferentes, identificadas, com área calçada para circulação e espaço lazer. Serve para proporcionar conhecimento e permitir atividades para quem gosta de estar em contato com a natureza.</p> <p>E21: Um local com vegetação preservada e bem cuidada, onde se pode usufruir do ambiente para encontrar amigos.</p> <p>E23: Serve para se preservar um pouco da natureza, e também para que as pessoas possam ter um lugar agradável para visitar, em meio a natureza.</p> <p>E26: Entendo por jardim botânico um local reservado para cultivar a botânica local e/ou exótica.</p> <p>E29: Local onde plantas, especialmente flores são cultivadas de forma adequada e expostas ao público. Podem ser atrativos como forma de lazer e como forma de preservar espécies raras e/ou de outras regiões que não se desenvolveriam normalmente na natureza.</p>
Não conheço o JBCS mas já ouvi falar	<p>E1: Algo parecido com um parque com muita área verde. Acho que serve para visitação de público e também para preservar a natureza.</p> <p>E8: Um espaço verde, com bastante natureza para as pessoas passearem.</p> <p>E16: Um lugar onde há preservação de árvores que existe em uma região, do estado ou de um país. Serve para preservação de espécies que as pessoas não enxergam mais nas grandes cidades.</p> <p>E27: Um espaço de preservação e valorização da natureza com opções de lazer para a população.</p> <p>E28: Um espaço de preservação de espécies. Serve para cultivar espécies que não se encontram fáceis em determinada região e também para que atraia as pessoas para saber sobre a importância da preservação.</p>
Não conheço o JBCS e nunca ouvi falar	<p>E7: É uma área de preservação da natureza, aberta para a população.</p> <p>E10: Um local onde são cultivadas diversas flores e plantas que serve para visitação do público em geral, assim como um aquário ou um zoológico.</p> <p>E12: Espaço reservado para biodiversidade vegetal (flora) e animal (fauna). Maior interação do meio ambiente com a população e oportunidade de conservação das espécies.</p> <p>E13: Um jardim botânico é um jardim dedicado à coleção, cultivo e exposição de uma ampla diversidade de plantas, identificadas de acordo com o nome botânico. Pode ter coleções especializadas em determinadas plantas, como cactos e suculentas, ervas aromáticas.</p> <p>E15: Um parque com muitas árvores, que serve para lazer.</p> <p>E17: Entendo que um jardim botânico é um espaço de lazer. Que abriga uma grande diversidade de plantas identificadas.</p>

	<p>E25: Local de preservação do reino dos vegetais, exóticas ou não, para estudo e acompanhamento científico.</p>
Conheço outro Jardim Botânico	<p>E2: Espaço da natureza voltado ao lazer. E3: Local que serve para cultivo de espécies catalogadas e visitação. Um “museu” de plantas e convívio de pessoas. E4: Uma propriedade onde são armazenadas espécies de plantas variadas que possuam necessidades de cuidados especiais. E6: É um jardim dedicado ao cultivo de determinadas plantas, como por exemplo, cactos e outras plantas de algumas regiões do mundo. Ele serve para cultivo de plantas vivas com a finalidade de investigação científica e conservação. E11: Um local onde há exposição e conservação de inúmeros tipos de plantas. Além da exposição das plantas, também serve para relaxar a mente, apreciar a beleza das plantas, aprofundar conhecimentos, etc. E19: Lugar amplo, ao ar livre e com diversas variedades de plantas. Local para observação e descanso. E22: Um local onde podemos encontrar uma grande variedade de plantas e, acredito que sirva para a preservação e conservação de espécies e também para que as pessoas tenham maiores e melhores informações sobre a flora da região. E24: Uma espécie zoológica de plantas, ou seja é um local onde estão “expostas” diversas espécies de plantas, de todos os tamanhos e formas.</p>

Categoria: Atividades para fazer em um Jardim Botânico.	
Definição: Além do cunho educativo, o Jardim Botânico é um local para realizar passeios, caminhadas, reunir amigos e tomar chimarrão, ou até mesmo descansar da rotina agitada da cidade.	
Temas	Exemplos de verbalização
Conheço o JBCS	<p>E5: Poder olhar as diversas plantas e depois tomar um bom café. E9: Chimarrão com amigos, caminhadas, leitura e descanso. E14: Passeios para observação e estudo do local. E18: Estudo, trabalho e lazer. E20: Caminhar e conversar, e depois descansar. E21: Socializar com amigos, tomar um chimarrão e pegar um sol. E23: Imagino indo com os amigos, as vezes desbravando o lugar, as vezes indo pra tomar um chimarrão, deitada na grama e longe de barulhos. E26: Passeio guiado com informações, piquenique, roda de chimarrão com amigos, passeio de bicicleta e a pé. E29: Acredito que um Jardim Botânico seja um ótimo lugar para relaxar, para passear e deixar de lado um pouco daquilo que experimentamos em nossa rotina diária.</p>
Não conheço o JBCS mas já ouvi falar	<p>E1: Talvez uma caminhada. E8: Um local para as pessoas passearem. E16: Atividades escolares para o conhecimento da diversidade de plantas. E27: Tomar chimarrão, caminhar, passear com os cachorros e andar de bicicleta. E28: Pensando no Jardim aqui de Caxias, imagino indo para visitar, passear, passar algumas horas num espaço calmo e tranquilo.</p>
Não conheço o JBCS e nunca ouvi falar	<p>E7: Cuidar da natureza, admirar, preservar. Reunir a família e ensinar as crianças a fazerem o mesmo. E10: Piquenique, caminhadas, ciclismo. E12: Observação da biodiversidade, estudos técnicos, lazer. E13: Visitas guiadas, exposições educativas, exposições artísticas, salas de leitura e atuações artísticas e musicais ao ar livre. E15: Caminhada, corrida, passeio. E17: Caminhadas acompanhadas de um guia.</p>
Conheço outro Jardim Botânico	<p>E2: Descanso e passeio. E3: Caminhada, leitura, conversa. Espaço para socializar.</p>

nada.	<p>E4: Visitação, tour com explicações, área para atividades de lazer.</p> <p>E6: Realizar visitações para conhecer melhor esse tipo de lugar.</p> <p>E11: Caminhadas e fotografias das plantas e dos animais.</p> <p>E19: Conhecer espécies diferentes de flores. Sentar e não fazer</p> <p>E22: Yoga e caminhadas.</p> <p>E24: Caminhada e trilhas ecológicas.</p>
-------	--

Categoria: Já visitei o Jardim Botânico de Caxias do Sul	
<p>Defini�o: As pessoas são motivadas pela curiosidade se tratando de um local que não conheciam na cidade. A expectativa antes de conhecer � de um jardim bem florido, com diversidade de plantas identificadas e caminhos demarcados. O que mais impressiona � grande área do Jardim, o lago e de poder apreciar o pôr-do-sol. As percepções negativas são a respeito da falta de segurança, informa�o, identifica�o de plantas e infraestrutura básica para receber visitantes. Além disso, o barulho de som de carros incomoda os visitantes.</p>	
Temas	Exemplos de verbaliza�o
Motiva�es para conhecer o local	<p>E4: Motivado pelos familiares, que passavam pela frente e decidiram entrar para conhecer</p> <p>E5: Visitou com amigos devido � curiosidade despertada, pois passava diariamente na frente</p> <p>E9: Foi com amigos, despertado pela curiosidade em conhecer um local diferente em Caxias do Sul.</p> <p>E14: Conheceu o local através da escola.</p> <p>E18: Fui motivada por motivos acad�micos. Por ser minha área de estudo.</p> <p>E20: Conheci com namorado e fui motivada pela curiosidade despertada pelo comentário de um amigo; nunca tinha visitado um jardim botânico.</p> <p>E21: Fui motivado pela curiosidade de conhecer um novo local em Caxias do Sul, distante dos parques mais centrais. Visitei com amigos.</p> <p>E23: Morava há 9 anos na cidade e ainda não conhecia. Fui motivada pelos amigos e pela ideia de poder conhecer um local mais sossegado</p> <p>E26: Fui motivada por amigos e visitei com a f�milia. Além disso, pela curiosidade de conhecer um jardim bem cuidado.</p> <p>E29: Visitei com a namorada e fui motivado pela curiosidade de conhecer algo nunca visto anteriormente e a busca por uma atividade diferente daquelas a que estava acostumado.</p>
Expectativas antes de conhecer	<p>E4: Uma grande área verde para lazer.</p> <p>E5: Um local com grande diversidade de plantas e imaginava poder tomar um café.</p> <p>E9: Imaginava um parque com jardins e que se pudesse fazer caminhadas.</p> <p>E14: Realizar uma visita para conhecer uma vasta gama de espécies de vegeta�o que não estou acostumado a observar todos os dias. Um local para descanso e observa�o.</p> <p>E18: Imaginei que fosse um local pequeno.</p> <p>E20: Imaginava um local bem identificado, com espaço demarcado para circula�o, plantas diferenciadas, áreas cobertas (estufas), bancos para sentar, barzinho para comprar alimentos e bebidas.</p> <p>E21: Um parque com bastante áreas de grama, árvores e plantas bem cuidadas, assim como alguns jardins. Um local onde fosse possível sentar na grama, no sol, fazer trilhas.</p> <p>E23: Imaginava que era um lugar com bichos, semelhante a um zoológico, com grande preserva�o das mais diversas espécies de árvores e plantas.</p> <p>E26: Imaginava que seria um local bem cuidado, com flores, árvores com sombra e bancos em meio a vegeta�o.</p> <p>E29: Imaginava um local florido e bem cuidado, com estufas onde as plantas estariam acomodadas, organizadas e identificadas.</p>

Percepções positivas sobre o local	<p>E4: Gostei do ambiente amplo e organizado. É um local agradável para passar uma tarde.</p> <p>E9: Gostei do lago.</p> <p>E14: Gostei da cúpula de plantas e da praça central.</p> <p>E18: É um local belo e estruturado. Gostei da diversidade de espécies encontradas.</p> <p>E20: Gostei da "fachada", da entrada do lugar.</p> <p>E21: O contato direto com a natureza e o pôr do sol.</p> <p>E23: Achei o lugar agradável e bastante amplo. Gostei do jardim inglês, das trilhas e do pôr do sol que o lugar proporciona.</p> <p>E26: O que mais gostei foi do lago e a área ampla para pegar sol.</p> <p>E29: Um local que teria tudo para dar certo.</p>
Percepções negativas sobre o local	<p>E4: Falta de informações para desfrutar das instalações do Jardim.</p> <p>E9: Local degradado e perigoso. Senti falta de caminhos. Espaços mais definidos. Bancos.</p> <p>E14: Um local muito grande e mal aproveitado.</p> <p>E18: Talvez visitas orientadas ou maiores informações divulgariam e promoveriam o JBCS.</p> <p>E20: Me decepcionei. É um lugar triste e mal cuidado. Senti falta de plantas diferentes, de identificações, de estrutura básica (bancos, lixeiras, banheiros, segurança), de uma lanchonete ou quiosque.</p> <p>E21: Senti falta de uma maior manutenção e cuidado com o local.</p> <p>E23: Local estava sujo, com cara de mau cuidado. Muito lixo jogado no lago, muitas garrafas lá dentro. Senti MUITA falta de alguém que cuide, algum fiscal. Falta da educação das pessoas, ao entrarem com seus carros com músicas no volume máximo, sem respeito pelos que procuram um lugar sossegado.</p> <p>E26: Local com total abandono e que nada me lembrou a referência de jardim botânico que eu tinha. Senti falta de flores. É um local sem nenhuma segurança, o que incomoda bastante.</p> <p>E29: O local é mal cuidado, não possui vigilância adequada, a infraestrutura é precária e deixa muito a desejar.</p> <p>Tornou-se apenas mais um local no qual o descaso com o bem-público se faz presente.</p>

Categoria: Já ouvi falar no Jardim Botânico de Caxias do Sul, mas não conheço.	
Definição: As pessoas que não conhecem o Jardim atribuem isso ao fato de que não possuem informações sobre o local, acreditam ser um lugar não muito seguro o suficiente e principalmente pela falta de tempo. As expectativas em relação ao JBCS são de um local com diversidade de plantas, bem arborizado, com espaços para realização de caminhadas.	
Temas	Exemplos de verbalização
Falta de motivação	<p>E1: Falta de interesse.</p> <p>E2: Quando fui ao local estava fechado.</p> <p>E3: Pela localização e por achar que é perigoso por não ter muito movimento.</p> <p>E6: Por não disponibilizar algum tempo para isso.</p> <p>E8: Falta de tempo e informações sobre a localização.</p> <p>E11: Falta de divulgação, falta de tempo e insegurança.</p> <p>E16: Por não ter interesse.</p> <p>E19: Nunca ouvi indicações sobre ele. Nada que tenha me chamado atenção ou curiosidade para conhecer.</p> <p>E22: Falta de segurança. Mas sei que inúmeras obras de revitalização do espaço estão sendo feitas, então irei visitar em breve.</p> <p>E24: Por falta de organização ainda não dediquei uma parte do meu tempo para ir visitá-lo.</p> <p>E27: Falta de tempo.</p> <p>E28: Já passei várias vezes na frente, mas nunca entrei. Por falta de tempo, e por não me programar mesmo pra ir.</p>

Expectativas sobre o local	<p>E1: Local com bastante árvores e gramado, ideais para fazer uma caminhada.</p> <p>E2: Espero encontrar um espaço com tranquilidade e beleza da natureza.</p> <p>E3: Espero encontrar canteiros e alamedas, vegetação nativa identificada, coleções específicas. Imagino sendo um lugar não cercado, com local para estacionar, bancos para sentar e local para caminhar.</p> <p>E6: Espero encontrar cultivo de plantas e poder conhecê-las.</p> <p>E8: Espero encontrar bons espaços ao ar livre, para poder caminhar e relaxar.</p> <p>E11: Espero poder fazer caminhadas no local.</p> <p>E16: Espero encontrar árvores preservadas com plaquetas indicando os nomes científicos. Uma mata com vielas para caminhar.</p> <p>E19: Imagino local com flores, plantas. Poder caminhar ao ar livre e sentar na grama.</p> <p>E22: Espero encontrar um local preservado e limpo. Imagino fazendo uma boa caminhada.</p> <p>E24: Espero encontrar diversas trilhas entre árvores e locais para descanso onde o visitante possa se sentar e admirar o jardim e os animais (pássaros, abelhas, borboletas, libélulas). Oficinas de preservação ambiental e de cuidados com o lixo. Tudo isso em meio a plantas nativas, muitas araucárias, espécies em extinção e flores.</p> <p>E27: Imagino um local bem arborizado com diversidade de espécies onde eu possa caminhar e andar de bicicleta.</p> <p>E28: Imagino que caminhada, observação das espécies, pegar sol sentado no gramado.</p>
----------------------------	--

Categoria: Nunca ouvi falar no Jardim Botânico de Caxias do Sul.	
Definição: As pessoas esperam encontrar um local seguro, com árvores e plantas identificadas. Esperam poder passear no local e que tenha algum tipo de entretenimento.	
Temas	Exemplos de verbalização
Expectativas sobre o local	<p>E7: Não faço ideia do que posso encontrar lá pois nunca ouvi falar a respeito.</p> <p>E10: Diversidade de flores, árvores, etc. Espero poder passear nos finais de semana. Colocar um lençol no chão e tomar um chimarrão com os amigos.</p> <p>E12: Espero poder realizar atividades de lazer, observação e relaxamento.</p> <p>E13: Visitas guiadas, exposições educativas, exposições artísticas, salas de leitura e atuações artísticas e musicais ao ar livre.</p> <p>E15: Eu espero encontrar muitas espécies de árvores, talvez animais. Imagino-me observando, passeando no local.</p> <p>E17: Gostaria de encontrar um lugar seguro, onde poderei fazer caminhadas semanalmente em contato com a natureza.</p> <p>E25: Local de caminhada, com acesso às plantas expostas, com sua informação de origem espécie, raridade, utilidade, etc. Além de local de paradas com entretenimentos, com perguntas que levassem o visitante a interagir, especialmente para crianças que descansassem e interagissem com o sistema. pegar sol sentado no gramado.</p>

Categoria: Conheço um Jardim Botânico (que não o JBCS)	
Definição: As motivações que levaram as pessoas conhecerem Jardins Botânicos fora de Caxias do Sul em geral são relacionadas ao turismo, excursões de escola, gosto pela plantas e curiosidade. As pessoas têm expectativas em relação ao tamanho da área dos Jardins, que muitas vezes não corresponde ao que imaginavam; além disso esperam encontrar um lugar bonito com plantas, jardins e locais para caminhar. Os visitantes se surpreendem positivamente com os Jardins; além disso comentam sobre a organização, tranquilidade dos locais, estufas que os Jardins possuem e falam sobre a beleza. Em se tratando de percepções negativas as pessoas não relatam muito sobre isso; algumas não lembram e outras dizem não terem tido experiências negativas. As maiores reclamações são em relação a estrutura: falta de um café, de lixeiras, de espaços cobertos.	
Temas	Exemplos de verbalização

<p>Motivações para conhecer o local</p>	<p>E2: (Curitiba) Motivado pelo passeio com a escola. E3: (Curitiba) Estava visitando a cidade, e o Jardim de Curitiba é um ponto turístico. Além disso, gosto de plantas, sendo mais um motivo para minha vontade de conhecer. E6: (Curitiba) Pela curiosidade e por ser um ponto turístico. Meus familiares, que já conheciam, me levaram para conhecer. E7: (São Paulo) Fazendo turismo na cidade eu conheci. Pois está introduzido na cultura de lá. Quis aprender sobre animais e plantas. E9: (Curitiba) O motivo foi turismo. E11: (Curitiba e Rio de Janeiro) Por turismo e por já ter ouvido falar sobre eles. E12: (Rio de Janeiro) Estava na cidade a passeio com a família. E18: (Padova/Itália) Minha curiosidade e paixão pela botânica. E19: (Delft/Holanda) Por estar no roteiro turístico. E22: (Rio de Janeiro e Victoria/Canadá) Vi algumas fotos belíssimas do local, e em sites de viagens constava como sendo locais de visita quase obrigatória. Estavam muito bem classificados e comentados. E23: (Buenos Aires/Argentina) Estava a turismo e não queria perder a oportunidade de conhecer, pois pensei que por ser a capital do país seria lindo. E24: (Curitiba) Fui em excursão pela escola. Além disso, ele é um ponto turístico, principalmente pela sua arquitetura. E25: (Porto Alegre) Visitei com as minhas filhas, quis instruí-las sobre a nossa responsabilidade de preservar a natureza. E26: (Curitiba) Fui motivada por amigos que vivem na cidade, além disso, já havia visto fotos do local, parecia bem cuidado, ponto turístico da cidade.</p>
<p>Expectativas antes de conhecer</p>	<p>E2: Não lembro. E3: (Curitiba) Imaginava que a estufa fosse menor e com poucas espécies de plantas. E6: (Curitiba) Um lugar lindo, que pudesse visitá-lo e tocar nas plantas. E7: (São Paulo) Minha família me informou o que eu encontraria lá. E9: (Curitiba) Local com jardins e áreas de lazer. E11: (Curitiba e Rio de Janeiro) Imaginava que seria um local bonito, onde seria possível ver diferentes tipos de plantas. E12: (Rio de Janeiro) Imaginei poder fazer piquenique, caminhada, relaxamento. E18: (Padova/Itália) Imaginei que fosse pequeno. E19: (Delft/Holanda) Imaginei não ter nada para fazer. Mas lá tinha. Como por exemplo, comer flores. Achei interessante. E22: (Rio de Janeiro e Victoria/Canadá) Imaginava que iríamos percorrer um bom percurso caminhando, no meio de diversas árvores e flores. E23: (Buenos Aires/Argentina) Um lugar imenso, com bichos e diversos tipos de árvores e outras plantas. E24: (Curitiba) Não imaginava tanta diversidade, nem um lugar tão grande. Acreditava somente que veria algumas plantinhas. E25: (Porto Alegre) Local de passeio em contato com a natureza, mas esperava ver estufas e nome dos vegetais para interagir com as crianças. E26: (Curitiba) Imaginava que seria bem amplo, um parque enorme para passear e conhecer mais sobre botânica.</p>
<p>Percepções positivas sobre o local</p>	<p>E2: (Curitiba) Lembro de achar muito bonito. E3: (Curitiba) Me surpreendi com o ambiente. Com os dois níveis da estufa. O ambiente era bem organizado com cenários e fontes montadas. A vista panorâmica do segundo andar da estufa me marcou, lembro de ter avistado uma fonte e ouvir o som da água. E6: (Curitiba) Amei o lugar, a estufa e tudo que encontrei lá. E7: (São Paulo) Achei tudo muito legal. Lembro que davam ratinhos ou pintinhos para as cobras comerem. E9: (Curitiba) O lugar é lindo e agradável. Gostei da estufa com diversos espécies de plantas. E11: (Curitiba e Rio de Janeiro) Fiquei encantada com a beleza dos locais. Gostei dos ambientes, ar puro, organização. E12: (Rio de Janeiro) Encontrei tudo o que eu esperava encontrar.</p>

	<p>Lugar que desperta sentimento de paz e liberdade.</p> <p>E18: (Padova/Itália) Gostei da estrutura, tive uma boa impressão do local. Lugar tranquilo e simples.</p> <p>E19: (Delft/Holanda) Fiquei surpreso com as flores exóticas e as cores que vi no Jardim.</p> <p>E22: (Rio de Janeiro e Victoria/Canadá) Gostei bastante, foi melhor do que esperava. Dentro haviam diversos tipos de jardins, todos muito belos e com plantas que não havia tido a oportunidade de ver ainda. Nem parecia algo real, tamanha era a perfeição.</p> <p>E23: (Buenos Aires/Argentina) Achei lindo, muito bem cuidado com muitos funcionários trabalhando e cuidando. Lagos bonitos também, com estátuas lindas, as árvores e plantas todas identificadas. Eu adorei as plantas carnívoras, nunca tinha visto. Também adorei uma estufa com muitas plantas bonitas que não dava para as pessoas entrarem, não sei porquê, achei a estufa linda. Sempre vou lembrar de uma placa que identificava a planta "Ilex paraguarienses" que é a erva mate, porque tem uma música do Humberto Gessinger que ele fala essa planta.</p> <p>E24: (Curitiba) Percebi como somos pequenos e não prestamos atenção ao que está ao nosso redor ao exemplo as formas, sons, perfumes e cores. Gostei da modernidade (arquitetura) em meio a natureza.</p> <p>E25: (Porto Alegre) Achei o local belo, com paradas para contemplação. Refleti sobre como o homem pode conviver com a natureza sem destruí-la.</p> <p>E26: (Curitiba) O local é bem cuidado, amplo, com muito verde, flores e trilhas. O que eu mais gostei foi a possibilidade de fazer caminhadas, levar o animal de estimação, do cuidado com as plantas, grama bem cortada, flores bonitas e bem cuidadas. Me impressionou positivamente!</p>
Percepções negativas sobre o local	<p>E2: (Curitiba) Como eu era pequeno, não tenho muitas lembranças.</p> <p>E3: (Curitiba) Senti falta de local para tomar café e ficar lendo um livro.</p> <p>E7: (São Paulo) Não existia um guia no local, apenas placas sinalizadoras.</p> <p>E9: (Curitiba) Senti falta de um lago, por exemplo.</p> <p>E11: (Curitiba e Rio de Janeiro) Senti falta de ter mais opções para compra de água e para tomar um café.</p> <p>E12: (Rio de Janeiro) O espaço poderia ser maior.</p> <p>E19: (Delft/Holanda) Senti falta de áreas cobertas.</p> <p>E22: (Rio de Janeiro e Victoria/Canadá) Nestes que visitei não senti falta de nada significativo.</p> <p>E23: (Buenos Aires/Argentina) Não senti falta de nada.</p> <p>E24: (Curitiba) Não senti falta de nada.</p> <p>E25: (Porto Alegre) Não me recordo bem hoje em dia.</p> <p>E26: (Curitiba) Senti falta de lixeiras.</p>